

Politécnico do Porto
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Tiago Soares da Costa

Vila Nova de Gaia: Um Concelho, Uma Experiência

Relatório de Estágio

Mestrado em Gestão de Turismo

Orientação: Prof.^a Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Vila do Conde, novembro de 2019

Politécnico do Porto
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Tiago Soares da Costa

Vila Nova de Gaia: Um Concelho, Uma Experiência

Relatório de Estágio

Mestrado em Gestão de Turismo

Orientação: Prof.^a Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Vila do Conde, novembro de 2019

Tiago Soares da Costa

Vila Nova de Gaia: Um Concelho, Uma Experiência

Relatório de Estágio
Mestrado em Gestão de Turismo

Membros do Júri

Presidente

Prof. Doutora Susana Sofia Pereira da Silva

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão

Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo – Universidade de
Aveiro

Vila do Conde, novembro de 2019

AGRADECIMENTOS

A concretização de um trabalho com algum sucesso exige tempo e dedicação, podemos alcançar os nossos objetivos acrescentando ainda empenho e trabalho, mas é claro que não conseguiríamos fazer isso, se não pudéssemos contar com pessoas especiais que nos acompanham nesta caminhada.

Quero agradecer à equipa do turismo da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, à minha família e a todos aqueles que sempre me apoiaram e me permitiram chegar onde cheguei.

Um agradecimento especial à Prof.^a Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato pelo apoio, dedicação e acompanhamento durante o desenvolvimento de todo o projeto.

Hoje sou uma pessoa mais realizada profissional e pessoalmente e foi graças a todas as pessoas que acreditaram em mim que cheguei até aqui.

A cada um de vocês o meu agradecimento.

RESUMO ANALÍTICO

A presente proposta de projeto tem como objetivo demonstrar que existem alternativas às zonas turísticas mais saturadas no concelho de Vila Nova de Gaia, não ignorando e fazendo questão de salientar os competidores e os colaboradores para o desenvolvimento turístico do norte de Portugal.

A saturação dos destinos turísticos é uma realidade cada vez mais presente nos dias de hoje.

Este projeto irá apresentar propostas de resolução e melhoria para os problemas que esta saturação acarreta para o destino turístico, na perspetiva dos turistas e dos residentes. Nesse sentido, explorando os recursos que as periferias dos grandes destinos turísticos possuem, serão analisadas e propostas novas medidas que previnam o fluxo exagerado de turistas num local específico (neste caso, aplicado ao concelho de Vila Nova de Gaia), fornecendo rotas e destinos turísticos alternativos aos grandes centros visitados pela maioria dos turistas. O aumento da acessibilidade a todas as zonas de Vila Nova de Gaia será o principal foco deste projeto, garantindo a mobilidade dentro do destino.

Palavras-chave: Turismo; Destinos; Saturação; Acessibilidades; Recursos turísticos.

ABSTRACT

This project aims to demonstrate that there are alternatives to more saturated tourist areas in the municipality of Vila Nova de Gaia, highlighting competitors and employees for tourism development in northern region of Portugal.

The saturation of tourism destinations is an increasing reality nowadays.

This project will present proposals for the resolution and solutions improvement regarding the problems that this saturation brings to the tourism destination, from the perspective of tourists and residents. In this sense, exploring the resources that the peripheries of major tourism destinations have, will be analyzed and proposed new measures to prevent the excessive flow of tourists in a specific location (in this case, applied to the municipality of Vila Nova de Gaia), providing routes and alternative tourism destinations to the major centers visited by most tourists. Increasing accessibility to all areas of Vila Nova de Gaia will be the focus of this project, ensuring mobility within the destination.

Keywords: Tourism; Destinations; Saturation; Accessibilities; Tourism resources.

Índice Geral

AGRADECIMENTOS.....	4
RESUMO ANALÍTICO	5
ABSTRACT.....	6
Índice de Tabelas	9
GLOSSÁRIO.....	11
INTRODUÇÃO	12
1 – Revisão de literatura	17
1.1 Contextualização do setor do Turismo	17
1.2 Gestão dos fluxos turísticos.....	21
1.3 Medidas de apoio aos fluxos turísticos.....	22
1.3.1 Suavizar as visitas ao longo do tempo.....	22
1.3.2 Dispersar os visitantes por todos os sítios de interesse.....	23
1.3.3 Ajustar os preços para regular a procura/oferta	23
1.3.4 Regular a oferta das acomodações	23
1.3.5 Limitar acessos e atividades.....	24
2. Caracterização da entidade de Estágio: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia	26
3. Diagnóstico do setor do turismo.....	29
3.1 O Turismo na Região Norte.....	29
4. O Perfil do Turista em Vila Nova de Gaia	31
4.1 Observações gerais	31
4.2 Comparativo triénio (2016 a 2018).....	32
4.3 Conclusões e Recomendações.....	33
Conclusões:.....	33
Recomendações:	33
5. Caracterização do concelho de Vila Nova de Gaia.....	34
5.1 Enquadramento na Estratégia do Turismo 2027	35
6. Projeto desenvolvido no período de Estágio	36
6.1. Rota.....	37
6.2 Pontos de interesse da rota.....	42
6.3 Características da rota	52
6.4 Alojamentos	56
6.5 Aplicação móvel.....	64

7. CONCLUSÃO	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
LEGISLAÇÃO CONSULTADA.....	75
WEBGRAFIA:.....	75
Anexos - Tabelas	76

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros (2016-2018)	29
Tabela 2- Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros (2016-2018)	30
Tabela 3- Proveitos Totais dos Estabelecimentos Hoteleiros (2016-2018)	30
Tabela 4 – Oferta de Alojamento. Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, Adaptado.....	57
Tabela 5 - Nacionalidades. (adaptada)	76
Tabela 6- Género.....	76
Tabela 7- Idade.....	76
Tabela 8- Motivação da visita.	77
Tabela 9 - Como viaja.	77
Tabela 10- Duração da estadia.....	77
Tabela 11- Alojamento.....	77
Tabela 12- Meio de transporte.....	78
Tabela 13- Informação no destino com consulta.....	78
Tabela 14- Procura de informação no próprio destino	78
Tabela 15- Aspetos positivos dos destinos em 2017.....	79
Tabela 16- Aspetos positivos dos destinos em 2017.....	79
Tabela 17- Despesa média diária gasta pelo turista, 2017	79
Tabela 18- Locais escolhido para estadia, 2017.....	79
Tabela 19 - Aspetos positivos dos destinos em 2018	79
Tabela 20- Aspetos negativos dos destinos em 2018	79
Tabela 21- Comparação do tipo de turista nos três anos	80
Tabela 22- Número total de turistas e variações percentuais de 2016-2017 e 2017- 2018.....	80
Tabela 23- Mercados emissores	81

Índice de figuras

Figura 1- Loja Interativa do Turismo de Vila Nova de Gaia	28
Figura 2 - Mapa de Vila Nova de Gaia.....	35
Figura 3 - Rota proposta neste projeto.....	41
Figura 4- Fachada principal do edifício da Câmara Municipal de Gaia.....	42
Figura 5- Entrada principal do Parque da Lavandeira.....	43
Figura 6- Aqueduto dos arcos do sardão.....	44
Figura 7- Praia do Areinho de Avintes.....	45
Figura 8- Parque Biológico de Gaia.....	46
Figura 9- Zoo St. Inácio	47
Figura 10- Capela de S. Mateus.....	48
Figura 11- Clube Náutico de Crestuma e Parque Botânico	49
Figura 12- Mosteiro de Grijó	50
Figura 13- Solar Condes de Resende.....	51
Figura 14- Linhas de transporte da UTC.....	53
Figura 15- Linhas de transportes da MGC.....	54
Figura 16- Linhas de transportes Espírito Santo.....	55
Figura 17 – A flor	57
Figura 18 – Apartamento Superior Helena’s Porto Corner	58
Figura 19 – Village Villa Gracinda.....	58
Figura 20- Casa d'avó do rio.....	59
Figura 21 – Casa do Caseiro	59
Figura 22- Casa da Lagoa.....	60
Figura 23- Between Oporto & Espinho.....	60
Figura 24- Feel at home apartment/ Quinta das Rosas/ Beautiful and Spacious House	61
Figura 25- Flat Avenue	61
Figura 26- Corte Inglês'Flat.....	62
Figura 27- Zeli Home.....	62
Figura 28- Clip Hotel.....	63
Figura 29 - Menu principal.....	64
Figura 30 – Menu Tour	64
Figura 31- Pontos de interesse - Geral.....	65
Figura 32- Pontos de interesse - específico.....	65
Figura 33- Transportes	66
Figura 34- Alojamento - Check In.....	67
Figura 35- Alojamento - Check Out	67
Figura 36- Alojamento - N ^o Hóspedes.....	68
Figura 37- Alojamento - Lista Hotéis	68

GLOSSÁRIO

DMO - Destination Management Organization

INE- Instituto Nacional de Estatística

LIT- Loja Interativa de Turismo

MGC- Moreira, Gomes & Costas

NUT- Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins estatísticos

TER- Turismo em Espaço Rural

UNESCO- *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*

UNWTO- United Nations World Tourism Organization

UTC- União de Transportes dos Carvalhos

WTTC- World travel & tourism council

INTRODUÇÃO

O surgimento do turismo de massas é a justificação para a apresentação deste projeto. Destinos não preparados para este novo efeito podem não conseguir tirar proveito do aumento do número de turistas pois, as despesas de manutenção e preparação dos destinos turísticos não serão aplicadas com a melhor visão estratégica possível.

Pode-se dizer que juntamente com o crescimento do turismo vem o aumento dos impactes por ele gerados. Estes podem ser reversíveis quando detetados no início, ou antes, e irreversíveis quando não lhes é dada a devida atenção. Os residentes tendem a ver o turismo com desconfiança, porque geralmente não têm a oportunidade de participar nas decisões sobre essa área. Sentem-se, com isso, excluídos e acabam por não desejar a presença de turistas nas suas localidades. Em muitos casos o turista chega antes do turismo, ou seja, do planeamento e organização do destino para recebê-lo.

Para a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2003) a atividade turística cria uma série de efeitos positivos e negativos sobre o plano social e cultural:

Impactes positivos:

- Culturalmente, o turismo contribui para preservação do património histórico, artístico e cultural;
- Gera uma atividade socioeconómica sobre o mercado recetor e cria empregos;
- Facilita os laços de comunicação e entendimento entre os povos e sociedades;
- Produz o aumento social de emprego e criação de novos postos de trabalho;
- Pode permitir a comunicação e a paz com os mercados emissores.

Impactes negativos:

- Efeitos de apropriação de culturas e imitação: produzem-se trocas nos gostos e hábitos de cultura da comunidade recetora;
- Pode produzir fenómenos de repetição;
- Modificação da sociologia rural e urbana ao receber de forma regular correntes turísticas massivas;
- Instabilidade do mercado recetor por motivos políticos e sociais; produz uma redução do fluxo;

- Pode ser objeto de ambientes que se repercutem negativamente nas relações turísticas futuras;
- Problemas com a gastronomia;
- Boa ou má atenção médica-sanitária: controlo da higiene e limpeza nos lugares turísticos.

Segundo Archer e Cooper (2001), quando o fluxo de turistas numa região aumenta as densidades em que vivem as pessoas também aumenta e excede as instalações que eles devem partilhar com a população local. A sobrelotação reduz o valor da experiência de férias, cria tensão entre a própria população residente e “em casos extremos a população local pode ser impedida de desfrutar das instalações naturais do seu próprio país ou região”. Para Smith (1989) o turismo em excesso, ou a tipologia errada de turismo, pode fazer deslocar uma comunidade e marginalizar os residentes. O principal estímulo para o desenvolvimento do turismo é de ordem económica.

Brunt e Courtney (1999,) num estudo realizado na localidade de Dawlish (Reino Unido), identificaram alguns impactos positivos do turismo, tais como a melhoria em áreas de recreio, maior conservação das áreas centrais e favorecimento das artes e do artesanato. Por outro lado, alguns aspetos negativos como a sobrelotação no trânsito e o aumento nos preços de determinados produtos foram uma das fontes de ressentimento e tensão percebidas pelos residentes. Ross (2002) num estudo realizado para avaliação dos impactos positivos e negativos do turismo sobre o indivíduo e a comunidade no Extremo Norte de Queensland (Austrália), identificou que os itens percebidos como impactos negativos foram o custo da superfície, custo de construção e custo do aluguer de uma casa, custo de vida e níveis de criminalidade. Os itens considerados como impactos positivos foram as oportunidades comerciais, a construção e melhoria de parques e praças, hotéis e restaurantes, infraestruturas de entretenimento e facilidade de fazer compras. Nesse sentido, os impactos positivos relacionavam-se com o lazer e as oportunidades económicas, enquanto os negativos se relacionavam com os custos mais elevados de acomodações.

No que se refere aos problemas com o meio ambiente, Pérez e Nadal (2005) descrevem que os residentes concordam que o turismo conduz à degradação dos recursos naturais.

Na literatura sobre planeamento turístico preocupada com os efeitos negativos do turismo, uma das alternativas apresentadas para conter o fluxo de turistas seria tentar suavizar os seus impactes com o índice de capacidade de carga. Segundo Boo (1990) e (Ruschmann, 1997) a capacidade de carga é “o número máximo de visitantes (por dia/mês/ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações nos meios físicos e sociais”. Na prática, ainda é bastante difícil estimar este índice, pois deve-se relativizar as características de cada área. Segundo Ruschmann (1997), para estabelecer este índice é necessário que haja monitorização, na localidade anfitriã, para identificar em que estado se encontra a relação entre os turistas e a população local e também a perceção desses em relação ao turismo e aos turistas. Este índice é interessante, mas a sua aplicação tem-se revelado difícil.

Para que o desenvolvimento turístico ocorra de forma adequada, a sua abordagem deverá ser multidisciplinar, com o trabalho de profissionais de áreas distintas, tanto na avaliação dos seus impactes, como no desenvolvimento de soluções para o mesmo. A população, quando integrada no planeamento turístico da sua região, pode e deve contribuir, pela avaliação das insatisfações que esse desencadeia, bem como avaliar as suas potencialidades.

Portugal tem vindo a receber vários prémios no setor do turismo:

- Lisboa recebeu o galardão de Melhor Destino City Break da Europa e Melhor Porto de Cruzeiros Europeu,
- O Algarve, o de Melhor Destino de Praia Europeu,
- Madeira como Melhor Destino Insular,
- Entre outros (39 prémios em 2019 dos World Travel Awards, mais 3 do que em 2018)¹.

Este diagnóstico resulta também no aumento da procura turística, nomeadamente o número de visitas, o que cria este sentimento de preocupação sobre o desgaste do destino turístico provocado pelo turismo de massas.

Explica o presidente da Autoridade Turística Nacional, Luís Araújo, que o facto de ser o sexto ano consecutivo que Portugal recebe a distinção “é, acima de tudo, um

¹ <https://sol.sapo.pt/artigo/661256/turismo-portugal-conquista-premio-de-melhor-destino-europeu>, 24/9/2019

reconhecimento da excelência de todos os colaboradores do Turismo de Portugal que, diariamente, mostram estar à altura deste enorme desafio de liderar o turismo do futuro. Os prémios internacionais que temos vindo a conquistar, nos últimos anos, comprovam que a Estratégia Turismo 2027, o referencial estratégico para o setor, está a conseguir posicionar Portugal como um destino que pode (e deve) ser visitado ao longo de todo o ano e que proporciona, em todo o território, experiências turísticas diferenciadas. Portugal tem tudo, para todos”.

Contudo, o que poderá vir a acontecer no nosso território, poderá ser o que aconteceu noutros destinos: os destinos turísticos tornam-se vítimas do próprio sucesso. Respondendo à teoria do ciclo de vida dos produtos, após a fase inicial, os destinos que possibilitam o turismo de massas perdem progressivamente o seu fator atrativo. A oferta turística é ultrapassada pela procura, sendo incapaz de manter o seu ritmo normal, vendo-se obrigada a inovar para atender às novas necessidades.

A degradação dos destinos turísticos também deve ser considerada sob a perspetiva do esgotamento dos ecossistemas (Goujira, 2007). A capacidade de carga de um destino, não é ilimitada, pelo contrário. A qualidade de um destino turístico recai sobre os seus recursos naturais e culturais. Uma exploração sem limite e sem respeito irá provocar o fim do destino turístico, criando consequências nas suas infraestruturas e financiamentos. A procura da rentabilidade máxima destrói, a longo prazo, as bases dessa mesma rentabilidade.

Em 1977, Jost Krippendorf alertava para os riscos do turismo em ambientes naturais, denominando os turistas de "devoradores de paisagens" ("Landschaftfresser") que, através da massificação da atividade, destroem as bases da sua razão de ser - o convívio com a natureza.

Encontrar o equilíbrio entre os interesses económicos que o turismo estimula e um desenvolvimento sustentável da atividade que preserve o meio ambiente não é fácil. Principalmente porque o controlo depende de critérios e valores subjetivos, bem como de uma política ambiental e turística adequada.

Mundialmente, o desenvolvimento turístico apresenta uma série de desafios que poem à prova a capacidade de adaptação dos empresários e o controlo do estado da atividade (McIntosh, 1980). Entre outros, destacam-se: Mais destinos turísticos a

competir entre si pelo mercado doméstico e internacional; Movimentos de preservação do meio ambiente passam a exercer uma forte influência nos projetos turísticos; Muitos destinos turísticos já atingiram a total dependência do turismo e para tal precisam do turismo de massas para se viabilizarem economicamente; Problemas criados pelo crescimento descontrolado exigem soluções urgentes e tornam imprescindível o debate sobre ações sistemáticas e coordenadas a vários níveis, a fim de garantir ao turismo um desenvolvimento qualitativo, que preserve a atratividade dos destinos.

No caso deste projeto, foi criada uma visão de antecipação ao contínuo e crescente número de visitas ao concelho de Vila Nova de Gaia. Para tal, a apresentação de uma nova proposta de transportes, em conjunto com novas ofertas de estadias irá combater a concentração turística no centro da cidade, dispersando a procura turística para outros pontos da mesma.

Combatendo os principais problemas do concelho (transportes e acessibilidade), o projeto irá focar-se numa nova estratégia para explorar todo o território, criando e aperfeiçoando todos os aspetos que se irão interligar no combate a este problema.

1 – Revisão de literatura

1.1 Contextualização do setor do Turismo

O turismo está sempre ligado ao progresso, abrangendo um número cada vez maior de novos destinos. Esta dinâmica posiciona-o num patamar de extrema relevância para o desenvolvimento socioeconómico dos países e das regiões.

Hoje, o volume de negócios do turismo mundial destaca-se em terceiro a nível de exportação. O turismo tornou-se numa das principais figuras no comércio internacional e representa uma das principais fontes de rendimento para muitos países. Este impacto global em países industrializados e em desenvolvimento, tem produzido benefícios económicos e sociais em muitos setores de atividade (UNWTO, 2018).

Cada vez mais, dada a situação económica mundial, pretende-se que determinados setores de atividade contribuam para o crescimento e desenvolvimento de uma região ou país. Sem dúvida que o setor turístico tem marcado pontos a este nível, pois é um fenómeno que em diferentes países, incluindo em Portugal, tem contribuído para a sua riqueza interna, como por exemplo ao nível da criação de postos de trabalho, criação de empresas, investimento em infraestruturas, aumento da exportação de serviços, desenvolvimento de produtos turísticos, entre outros factores.

Turismo de massas

O turismo de massas - caracterizado pelo grande volume de pessoas que viajam em grupos ou individualmente para os mesmos lugares e, geralmente, nas mesmas épocas do ano, vem sendo considerado como o maior agressor dos espaços naturais. O excesso de turistas conduz ao uso excessivo dos equipamentos destinados ao alojamento, alimentação, transporte e entretenimento que, impreterivelmente, ocupam grandes espaços - agredindo as paisagens e destruindo os ecossistemas.

Na opinião de Wheeler (1991), deve-se considerar e debater formas de evitar o turismo irresponsável - que vem aumentando progressivamente - de acordo com a melhoria dos rendimentos e do aumento do tempo livre das pessoas dos países desenvolvidos. No seu entender, a nível mundial, o número de turistas continuará a crescer e as medidas que visam um turismo "controlado" apenas poderão apresentar algum êxito em pequena escala, isto é, microsoluções para um macroproblema.

Estes problemas apresentam-se como um alerta para destinos turísticos em desenvolvimento ou que já começaram a ganhar alguma notoriedade. Voltando a focar-nos na zona a ser explorada neste projeto, serão apresentadas medidas de prevenção bem como soluções para combater uma possível saturação do destino turístico. Tal chamada de atenção decorre do facto de, juntamente com os prémios recebidos pelo país, a região Porto e Norte também ter sido condecorada pelas suas ações e iniciativas. A Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP) foi distinguida com o Prémio Internacionalização – Melhor Ação Promocional em matéria de Turismo, durante a “Xantar 2019 – Salón Internacional de Turismo Gastronómico”, que se realiza em Ourense, Espanha². Dai estar presente esta preocupação de conservação dos potenciais destinos turísticos.

Competitividade de um destino turístico

O turismo tem sido visto por muitos como um dos setores estratégicos em termos de futuro, para a economia portuguesa, devendo todos os decisores com influência nesta área temática tomar as medidas que permitam a sua rentabilidade e sustentabilidade (Dolgnar & Costa, 2010).

O facto de um destino turístico possuir muitos recursos não significa que ele seja mais competitivo do que outro que, sendo mais pobre em recursos, os sabe usar de um modo mais eficiente. Tal significa que a competitividade de um destino exige considerar os elementos básicos das suas vantagens comparativas para além dos fatores que constituem as suas vantagens competitivas (Ritchie & Crouch 2003; Kozak, 2003).

Segundo Ritchie et al. (2003) nenhum destino compartilha com outro o mesmo perfil competitivo porque cada destino tem o seu próprio mix de tradições, valores, objetivos e estilos que lhe conferem características próprias.

Um destino turístico pode ter vantagens que o alinham mais no sentido de satisfação das necessidades de um segmento de mercado, ou poderá até ter recursos que permitam satisfazer um maior leque de segmentos de mercado. Quando dois destinos concorrem no mesmo segmento de mercado estão em concorrência direta. Daqui decorre a necessidade de um destino identificar as relações competitivas e

² <https://www.publituris.pt/2019/02/11/turismo-do-porto-e-norte-distinguido-com-o-premio-internacionalizacao-no-xantar-2019/>, 24/9/2017

complementares mais significativas para cada segmento de mercado, de modo a tornar claro quem são os seus concorrentes diretos e quem é que complementa a sua oferta.

Visto que os vários recursos que um destino possui encontram-se, geralmente, a uma certa distância física, uns dos outros, é necessário criar modos de ligação entre estes recursos: para distâncias curtas basta um simples caminho pedonal, mas para distâncias mais longas, os acessos e os modos de transporte terão de ser pensados de diferente maneira. No caso deste projeto, iremos refletir e apresentar uma alternativa para a ligação de recursos turísticos situados a uma longa distância uns dos outros.

Transportes, acessibilidade e o turismo

A relação entre as atividades de transporte e o turismo é simbiótica, tendo em comum, as deslocações humanas. Afinal, todos os viajantes, quer em lazer ou em negócios, precisam de um meio de transporte para chegar ao seu destino.

O transporte liga os diversos destinos e transporta pessoas, bens e serviços. O turismo é tudo sobre viagens; e o papel do transporte na sua operação é vital. É em grande parte devido à melhoria do transporte que o turismo expandiu. O advento do voo encolheu o mundo, e o veículo a motor tornou possíveis as viagens para qualquer lugar. Esta realidade juntamente com a mudança nos padrões de trabalho e marketing inovador tem impulsionado o turismo de massa internacional ao longo dos anos.

Culpan (1987) identificou modos de transporte e gestão como “importantes ingredientes do sistema internacional de turismo”, reconhecendo que a ligação por ar, mar e modos terrestres é essencial para as operações, bem como a disponibilidade de serviços como estações de combustível, reparação de automóveis, alojamento e instalações de descanso para viagens terrestres.

O transporte, no turismo, é visto como parte do sistema de turismo que está encarregado de trazer os turistas para os destinos, um meio de contornar o local e deixá-lo, uma vez terminada a viagem. Page e Lumsdon (2004) afirmam que o sistema de transporte de um destino turístico tem um impacto sobre a experiência do turismo que explica como as pessoas viajam e por que escolhem diferentes formas de férias, destino e transporte. Magalhães (2010), Papacostas e Prevedouros (1993) reconhecem que o sistema de transportes só existe em relação a outro sistema em interação no seu ambiente. Então, conclui-se que é um sistema que pode existir para o turismo em razão

da motivação de visitantes para conhecer outros lugares, além do seu local de residência. Aqui estabelecemos uma relação direta entre sistema de transporte e turismo.

A interação dos transportes para o turismo não é automática ou instantânea, mas reconhecida pela constante interação que ocorre entre eles na medida em que se observa o aumento dos fluxos turísticos em dado território.

A motivação dos turistas é estimulada pela possibilidade de novas e diferentes oportunidades de viagens. Há a fragmentação das viagens (tempo e espaço), a busca por atividades intensas em informação e a preferência por viagens temáticas, aliado ao interesse pelos destinos que representam qualidade nos serviços e disponibilização de infraestruturas. Neste sentido, dois fatores interagem no processo motivacional pelo turismo: existe o turista em busca de experiências e a necessidade de serviços de apoio e instalações, que também são experimentais.

O lugar de origem de viagens é definido como a base residencial permanente de turistas, o lugar onde a viagem começa e termina. As regiões de destino dos turistas são locais que atraem os turistas temporariamente. Em particular, as características naturais, culturais e artificiais inerentes ao lugar contribuem para a atração. As rotas são caminhos que ligam as regiões de origem às regiões de destino turístico, juntamente com as viagens de turistas, e incluem pontos de paragem que podem ser utilizados por conveniência, ou por causa da existência de atrações (Leiper, 1979; Lohmann, 2005; Pearce, 2003). As rotas são elementos vitais no sistema. A sua eficiência e características influenciam na qualidade do acesso aos destinos, e consequentemente, na dimensão e direção dos fluxos turísticos.

A Acessibilidade pode potenciar ou comprometer um destino. A acentuada acessibilidade traz um número maior de pessoas que podem aumentar o nível degradação, diminuir a experiência e trazer impactes negativos ao estado natural dos recursos. A proporção de visitantes, face à população residente e o nível e tipo de impactes criados, deverão igualmente ser tidos em conta.

Conhecer a população-alvo é determinante para debater os modos mais adequados de transporte para determinadas áreas. Embora o planeamento das áreas mais procuradas não possa resolver os padrões de transporte insustentáveis, pode ajudar a reduzir o número de viagens desnecessárias, impedir a fragmentação da atividade e proporcionar oportunidades para outros modos de transporte ecológicos (Herala, 2003).

Funções dos sistemas de transportes

Contudo, assumindo os princípios indicados por Kaul (1985) e Prideaux (2000) sobre o papel desempenhado pelos sistemas de transportes no desenvolvimento dos destinos turísticos, é importante discutir e considerar, nas estratégias de acessibilidades, que o desenvolvimento do turismo é influenciado pelo desenvolvimento tecnológico dos transportes; que a movimentação de viajantes implica a disponibilidade de serviços e de infraestruturas, para o transporte individual, particular ou público, bem como para o transporte público de massas; que a operação dos sistemas de transportes, em particular a sua qualidade e eficiência, influencia a motivação dos turistas por um destino e, conseqüentemente, os tipos de fluxos no interior dos mesmos; que as infraestruturas de transportes são essenciais para a operação nos destinos turísticos e para a expansão ou limitação dos fluxos turísticos; que a integração das redes de transportes local, regional nacional e internacional é importante para facilitar os fluxos de turistas com benefício para o crescimento do setor nas regiões de destino.

Para além do processo de gestão do número de visitantes, é necessário controlar a experiência do visitante para garantir que o destino não pareça lotado. Estão já debatidas algumas medidas a ser tomadas de acordo com a WTTC (World Travel & Tourism Council).

1.2 Gestão dos fluxos turísticos

A forma como as pessoas viajam em torno de uma atração ou através de um destino também pode levar ao congestionamento. Muitas vezes, há uma rota designada e todos seguem a mesma, na sua forma mais básica. O controlo de fluxo pode englobar o encerramento de uma porta e impedir que as pessoas se desloquem para a próxima etapa da visita até que as pessoas à frente avancem. Mas para lugares onde há múltiplas rotas, oferecer uma variedade de formas e lugares para começar e terminar uma visita pode reduzir drasticamente a impressão de congestionamento.

Exemplos:

- O Palácio de Versalhes, nos arredores de Paris, tem uma variedade de itinerários temáticos. Esta estratégia ajuda a distribuir visitantes para diferentes partes do local. A evolução da tecnologia está a ajudar a entender o fluxo de visitantes. Com o auxílio das

ligações Wifi e Bluetooth podemos monitorizar os movimentos das pessoas e entender quais horários do dia são mais movimentados.

- No Palácio de Schönbrunn, em Viena, a bilheteira é controlada por um computador que calcula o número máximo de visitantes permitidos nos quartos. Em seguida, emite o número apropriado de bilhetes por hora para os visitantes que pagam no dia.

1.3 Medidas de apoio aos fluxos turísticos

Aplicar rotas de direção temáticas entre locais próximos uns dos outros e oferecer bilhetes combinados para sítios que se complementam são estratégias adicionais de melhorar a experiência em destinos enquanto também dispersa os visitantes.

Às vezes, mudanças simples podem ter um impacto surpreendente: As catedrais de Canterbury, no Reino Unido, e a de Santiago de Compostela, em Espanha, descobriram que, ao impor o silêncio na cripta, os visitantes permaneciam menos tempo e demonstravam maior respeito.

Não há uma resposta única para a sobrelotação; o que funciona num destino pode não funcionar noutro. O caminho a seguir depende da mistura única de desafios enfrentados por um destino. Deve ser a preservação da qualidade de vida dos residentes a maior preocupação? Deve ser melhorar a experiência turística? Proteger os sítios? Todas as questões anteriores? Quão severo é o risco? Quem pode ajudar a resolver o problema?

O WTTC (World Travel & Tourism Council) em conjunto com a McKinsey & Company, apresentam as estratégias, enunciadas em seguida, para lidar com este problema.

1.3.1 Suavizar as visitas ao longo do tempo

Neste ponto, algumas medidas poderão ser mais difíceis de ser implementadas pois irão afetar diretamente os *stakeholders* do destino em questão.

Começando por limitar as chegadas, implementar reservas e sistemas de bilhetes são as medidas mais drásticas, mas em certos casos terão de ser implementadas pois já existem sítios que estão em máxima capacidade.

Alguns sítios já implementaram limites de chegadas e cotas para proteger os seus recursos naturais e culturais. As ilhas Galápagos, no Equador, foram postas na lista “em perigo” da UNESCO em 2007³ pois os números de visitas passaram de 40.000 para mais de 145.000 em aproximadamente 15 anos⁴.

Por outro lado, existem medidas que podem ser implementadas mais rapidamente e sem grande impacte económico: como o aumento das épocas de exploração do destino e a mudança do foco das promoções, sítios procurados pela época de verão, comecem a publicitar e a fazer ofertas na época de inverno.

1.3.2 Dispersar os visitantes por todos os sítios de interesse

Promover alternativas não tão visitadas como o principal foco de interesse e desenvolver novas rotas e atrações são as medidas exploradas nesta parceria.

O departamento de turismo de Veneza lançou uma campanha, "Detourism: Travel Venice Like a Local" para promover o “turismo lento e sustentável”; a ideia é encorajar os viajantes a irem além das atrações típicas com sugestões de experiências locais menos exploradas. A campanha, que começou como uma série de mapas em 2014, agora espalha as suas mensagens através de múltiplos canais incluindo uma revista digital e media social.

1.3.3 Ajustar os preços para regular a procura/oferta

Estas medidas serão as mais técnicas e as que provavelmente precisarão de um maior conhecimento técnico de economia para balançar esta variável dos preços como resposta à procura/oferta presente no destino em questão.

A implementação de taxas, ajuste de preços, e variações de preços dependendo do tipo de turista que irá visitar o local, são algumas das medidas apresentadas.

1.3.4 Regular a oferta das acomodações

Alguns destinos podem considerar que regular a oferta de alojamento é uma ferramenta eficaz para controlar o crescimento.

³ Jon C. Day, “Does tourism really suffer at sites listed as world heritage in danger?”, “Conversation June 9, 2016, theconversation.com

⁴ “Tourism and population growth,” Galápagos Conservancy, accessed November 14, 2017, Galapagos.org.

Para os hotéis tradicionais, as restrições controlam efetivamente a distribuição de novas licenças.

No entanto, o crescimento explosivo *do House-sharing* acelerou as pressões, pois o Stock de acomodações em casas pode ser convertido em fornecimento de aluguer de curto prazo quase da noite para o dia. Além de dirigir um aumento no número de visitantes, o *House-sharing* poderá ter um efeito colateral de aumentar os preços de aluguer de longo prazo em determinados mercados, alienando assim os habitantes locais.

1.3.5 Limitar acessos e atividades

Nos casos em que residentes locais alienados, danos à natureza e ameaças à cultura e ao património chegaram a uma fase crítica, as estratégias descritas até agora podem não ser suficientes. Assim sendo, alguns destinos limitam ou proíbem certas atividades relacionadas com o turismo. Em 2017, por exemplo, Amsterdão proibiu a abertura de outras lojas especializadas em turismo, incluindo lojas de souvenirs, empresas de aluguer de bicicletas, atrações e restaurantes *Fast-Food*, no centro da cidade.

Também com o objetivo de controlar o número de visitantes e, assim, melhorar a experiência para os turistas e reforçar a segurança do local, os Passadiços do Paiva, em Arouca, limitaram as entradas para 3500 bilhetes por dia, o que antes chegava a ter cerca de oito mil pessoas por dia. "Assistimos a uma massificação desenfreada da procura e isso era um problema. As pessoas não podiam apreciar devidamente o local com tanta gente a circular e nós não conseguíamos garantir procedimentos de segurança sem sabermos ao certo quantos visitantes circulavam", explicaram os responsáveis pela autarquia de Arouca, tendo destacado a importância das novas medidas para a questão da preservação do habitat natural⁵.

Cada destino precisará de identificar as ações que abordam os seus desafios específicos de sobrelotação. Na maioria dos casos, as abordagens integradas serão as mais eficazes. Por exemplo, o plano do Reino Unido para dispersar turistas para vários

5

https://www.cmjornal.pt/portugal/cidades/detalhe/passadicos_ficaroo_limitados_a_3500_visitantes_por_dia, 24/9/2019

bairros em Londres e pela Escócia é acompanhado por um plano de suavização para incentivar os turistas a visitar durante o período de menor afluência turística.

No caso deste projeto, a medida mais presente e a ser levada em consideração será a segunda, em que se foca em explorar as zonas menos conhecidas de Vila Nova de Gaia e a criação de uma nova rota de autocarros de modo a que esta exploração seja mais acessível.

Portugal, foi desde sempre promovido, em termos turísticos, como um país de sol, mar e de praias de areia fina que existem em abundância na costa litoral do país (Fernandes, Monte & Castro, 2004). Na atualidade, a promoção tem sido feita também a outros níveis, por exemplo promovendo o seu património arquitetónico e cultural, gastronómico, entre outros.

À semelhança de Portugal também a Região Norte de Portugal se pauta por ser muito diferenciada, oferecendo uma alternativa interessante ao chamado ‘turismo de massas’, pela aposta na oferta de uma grande multiplicidade de produtos turísticos, que vão desde a praia, às montanhas, passando pelas estâncias termais, e turismo rural que observou um significativo crescimento da procura, nos últimos anos (Fernandes et al., 2004).

Com base nas perspetivas expostas anteriormente, este projeto tem como objetivo tornar as diferentes zonas do concelho de Gaia, mais próximas e mais acessíveis entre si. Por um lado, pretende advertir para a saturação das áreas mais procuradas, e ao mesmo tempo, expor e divulgar os diferentes sítios, tradições, valores e culturas nas diferentes zonas deste território.

2. Caracterização da entidade de Estágio: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia

O estágio, realizado no âmbito do Mestrado em Gestão do Turismo, decorreu entre 29 de outubro de 2018 e 24 de abril de 2019 no Departamento de Turismo da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia.

O Departamento de Turismo da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, situado no convento corpus Christi (Largo de Aljubarrota 13, 4400-111 Vila Nova de Gaia), é a sede de todas as iniciativas e atividades avançadas pelo concelho na área do turismo.

Para além de terem a responsabilidade de exploração do seu território, também têm a missão de dar a conhecer Vila Nova de Gaia ao resto do país, e a mercados internacionais. Asseguram a gestão do património municipal, visando a proteção dos ativos, a otimização da sua utilização e a melhor rentabilidade dos bens imóveis do domínio privado disponível. Têm como função desenvolver um plano municipal para a cultura e turismo, bem como garantir a prossecução dos objetivos definidos pelo Plano Estratégico da Câmara Municipal, no que diz respeito ao Turismo.

Segundo o Diário da República, deliberação nº 1946/2014⁶, cabe à divisão de turismo do Município de Vila Nova de Gaia:

- Superintender a atividade dos postos de turismo;
- Valorizar, promover e divulgar a imagem e oferta turística do Concelho;
- Elaborar e promover itinerários que integrem os valores culturais, monumentais, artísticos, paisagísticos ou naturais e bens visitáveis;
- Estudar e propor a produção de materiais audiovisuais, fotográficos e publicações turísticas para difusão e distribuição
- Manter atualizado o inventário das potencialidades turísticas do Concelho;
- Participar na gestão, manutenção e atualização dos conteúdos do portal do turismo;
- Assegurar a recolha, o tratamento e análise dos dados estatísticos dos postos de turismo e demais parceiros da atividade turística local;

⁶ https://dre.pt/home/-/dre/58585523/details/2/maximized?serie=II&jp=true&print_preview=print-preview&parte_filter=36&dreId=58577088, 25/9/2019

- Promover e apoiar o desenvolvimento de atividades artesanais e manifestações etnográficas de interesse local;
- Promover e desenvolver animação turística para contrariar a sazonalidade, fomentar o prolongamento da estadia e fidelização dos fluxos turísticos;
- Assegurar a recolha, organização e tratamento de informação turística local, regional e nacional;
- Contribuir para a promoção e divulgação da gastronomia e da restauração local de vocação turística;
- Cooperar com os serviços municipais competentes no licenciamento das atividades de turismo;
- Promover a colaboração com os outros organismos e parceiros do Município na organização de feiras, exposições e espetáculos de interesse turístico;
- Promover e cooperar em ações, feiras e eventos com organismos regionais, nacionais e internacionais de fomento do turismo.

Dentro das parcerias entre as diversas divisões da Câmara Municipal, residem ainda várias iniciativas que, apesar de não serem diretamente da área do turismo, irão afetá-lo indiretamente. Dessas medidas podemos destacar:

- Reforço dos pontos de água para consumo humano público em zonas de grande densidade populacional, de lazer e de turismo⁷;
- Plano de promoção sustentável do turismo - Monitorizar: n.º de camas contra o n.º de habitações em cada zona turística, manutenção de comércio de proximidade a preços acessíveis, vias rodoviárias, pedonais, estacionamento e transportes públicos⁸;
- Potenciar o turismo em complemento da cultura e das infraestruturas existentes (objetivo da Área de Reabilitação Urbana - Cidade de Gaia)⁹;
- Estabelecer limites máximos ao estacionamento e reduzir os limites mínimos - A previsão do aumento da circulação e congestionamento viário, como consequência do aumento da população residente e circulante na área-plano, tanto pela dinâmica de licenciamento nas áreas de expansão, assim como pela procura de serviços de hotelaria associada ao turismo crescente na área metropolitana do Porto¹⁰;

⁷ <https://www.gaiurb.pt/avenida/docs/9.Relatorio.pdf>, 25/9/2019

⁸ <https://www.gaiurb.pt/avenida/docs/9.Relatorio.pdf>

⁹ <https://www.gaiurb.pt/avenida/docs/9.Relatorio.pdf>

¹⁰ <https://www.gaiurb.pt/avenida/docs/9.Relatorio.pdf>

Durante este período de tempo, pude sentir-me incluído nos trabalhos executados pela equipa técnica do departamento, tanto na organização e preparação de atividades como no atendimento ao público na loja interativa de turismo. Foi possível conhecer alguns pontos do concelho que não tinha conhecimento do seu funcionamento, adquirir informações sobre os processos de desenvolvimento das atividades elaboradas pelas câmaras municipais, bem como as suas preparações e autorizações hierárquicas necessárias.

Este estágio permitiu conhecer uma realidade diferente da realidade académica, onde deixamos de trabalhar e programar os nossos projetos e atividades num ambiente académico e começamos a perceber outros modos de trabalhar e dirigir programas do ponto de vista profissional, envolvendo trabalhar com pessoas que já possuem uma enorme experiência na área de turismo. Também, tive a possibilidade de entrar em contacto pessoal com algumas pessoas responsáveis pelos principais pontos de interesse para os turistas, recebendo assim uma breve explicação e demonstração das estratégias adotadas por estas entidades e como eles cooperam com as diferentes épocas turísticas, paralelamente, todas estas experiências contribuíram para o meu desenvolvimento como pessoa e profissional, na medida em que tive de lidar com outras exigências que me foram apresentadas ao longo do estágio.

Figura 1- Loja Interativa do Turismo de Vila Nova de Gaia



Fonte: <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/lit-loja-interativa-de-turismo-de-gaia/>, 06/9/2019

3. Diagnóstico do setor do turismo

3.1 O Turismo na Região Norte

A Região Norte tem vindo a assumir um papel importante enquanto destino turístico a nível nacional, observando ainda um dinamismo notável na oferta, na visão estratégica das suas DMO's, que se reflete na dinâmica cooperação entre os *stakeholders* da região, com vista à sua crescente atratividade face à procura turística nacional e internacional.

Tal como observado na tabela 1 o número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros foram aumentando consecutivamente na região norte. É visível um aumento superior ao panorama geral do país em 2016, onde a zona Norte aumentou o número de hóspedes em 11% comparando com os 9% gerais. Em 2017 igualou o crescimento a nível nacional, voltando a supera-lo no ano seguinte com mais 3% sobre os 2% da percentagem geral.

Em 2016 tivemos como principais competidores a R.A. Açores e a R.A. Madeira com 19% e 12% respetivamente. Em 2017 a R.A Madeira perdeu um pouco o seu destaque para a região do Alentejo e Centro.

Por fim, em 2018, a zona Norte é a mais relevante em termos de aumento de número de hóspedes face às outras regiões.

Tabela 1 - Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros (2016-2018)

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Hóspedes (N.º) nos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS - 2013)					
	2016		2017		2018	
	N.º	Δ	N.º	Δ	N.º	Δ
Norte	3 804 526	11%	4 142 947	9%	4 334 202	5%
Centro	2 825 255	10%	3 203 404	13%	3 197 435	0%
AML	5 647 687	8%	6 158 466	9%	6 268 601	2%
Alentejo	877 484	9%	1 006 326	15%	1 044 618	4%
Algarve	3 932 225	7%	4 151 379	6%	4 212 694	1%
R.A. Açores	509 060	19%	594 169	17%	609 859	3%
R.A. Madeira	1 365 209	12%	1 434 630	5%	1 381 788	-4%
Portugal	18 961 446	9%	20 691 321	9%	21 049 197	2%

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estatística, 2019, adaptado

De encontro com a tabela 1, temos presente a tabela 2 que faz referência ao número de dormidas nos mesmos três anos nas diferentes NUTS do país. E em concordância com o número de hóspedes relatados, podemos verificar a relevância da

zona Norte, continuando a competir com os Açores e a Madeira nos dois primeiros anos, acabando em 2018 a superar os mesmos. Comparando ao aspeto geral de Portugal, a região Norte destaca-se pela positiva tendo tido sempre mais dormidas durante os 3 anos.

Tabela 2- Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros (2016-2018)

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Dormidas (N.º) nos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS - 2013)					
	2016		2017		2018	
	N.º	Δ	N.º	Δ	N.º	Δ
Norte	6 881 801	13%	7 483 120	9%	7 869 012	5%
Centro	4 937 900	10%	5 690 064	15%	5 518 712	-3%
AML	13 180 660	7%	14 342 785	9%	14 493 526	1%
Alentejo	1 583 691	11%	1 800 317	14%	1 864 406	4%
Algarve	18 057 165	9%	19 016 235	5%	18 815 538	-1%
R.A. Açores	1 543 595	21%	1 787 459	16%	1 789 349	0%
R.A. Madeira	7 368 095	11%	7 502 937	2%	7 239 815	-4%
Portugal	53 552 907	10%	57 622 917	8%	57 590 358	0%

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estatística, 2019, adaptado

Na tabela 3, verificamos a importância económica que este crescimento em número de hóspedes e dormidas significa. Continuando com números equiparados à R.A Açores e Madeira nos dois primeiros anos, é em 2018 que a zona Norte se destaca de todas as outras regiões e do cenário geral do país. Os 8% de diferença que os Açores faziam da região Norte em 2016 inverteram-se, tornando-se em 2018, uma margem de 4% a favor da região Norte.

Tabela 3- Proveitos Totais dos Estabelecimentos Hoteleiros (2016-2018)

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Proveitos (€) dos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS - 2013)					
	2016		2017		2018	
	€ (milhares)	Δ	€ (milhares)	Δ	€ (milhares)	Δ
Norte	361 990	22%	431 028	19%	482 615	12%
Centro	228 115	13%	272 725	20%	279 619	3%
AML	876 053	13%	1 067 285	22%	1 147 589	8%
Alentejo	84 533	17%	101 176	20%	106 500	5%
Algarve	908 355	20%	1 032 452	14%	1 080 904	5%
R.A. Açores	70 680	30%	87 623	24%	94 512	8%
R.A. Madeira	377 751	17%	405 538	7%	410 144	1%
Portugal	2 907 477	17%	3 397 827	17%	3 601 883	6%

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estatística, 2019, adaptado

4. O Perfil do Turista em Vila Nova de Gaia

Para determinar de forma detalhada o perfil do turista que visita Vila Nova de Gaia, serão usados, e analisados, os dados fornecidos pelos inquéritos, realizados na Loja Interactiva do Turismo do Município, de três anos consecutivos (2016 a 2018).

As tabelas relativas ao ponto 4.1, 4.2 e 4.3 encontram-se em anexo.

4.1 Observações gerais

Foram realizados 490 questionários, entre abril e dezembro de 2016. Da análise e interpretação efetuados foi possível traçar um perfil geral do visitante, a saber:

- Predomina o género feminino;
- Com idade entre 46 a 65 anos;
- Viaja em família;
- Em média dois dias;
- Fica alojado em hotel;
- Chegada a Vila Nova de Gaia por carro ou avião;
- Viajam pela cultura e património;
- Informação de Gaia Obtida no destino, pela internet e consulta o Posto de Turismo no destino (Gaia);
- A maioria tenciona voltar.

No ano de 2017, os inquéritos contaram com 986 participantes, entre janeiro e dezembro, dos quais serão analisados aspetos como a nacionalidade, género, idade, visitas prévias ao município, motivo da visita, visita em grupo, sozinho ou em família, duração da estadia, tipologia do alojamento, meio de transporte utilizado, fontes de informação para realizar a viagem, fontes de informação utilizadas no destino, recomendação do destino, aspetos positivos e negativos do destino, despesa por dia e local de estadia.

Com base nos dados relativos ainda a este ano, 2017, podemos criar uma perspetiva sobre o perfil do turista como sendo: uma mulher espanhola, entre os 46 e os

65 anos, que viaja em agosto com a família. Vem de carro/avião, fica dois dias, num hotel. Viaja pela cultura e património. Obteve informação pela Internet e tenciona voltar.

À semelhança do ano anterior, em 2018, os inquéritos contaram com 623 participantes, entre janeiro e dezembro, tendo sido usados quase todos os parâmetros do inquérito anterior.

Neste ano podemos verificar que o turista, comparativamente com o ano anterior, teria as seguintes características: mulheres francesas, entre os 45 e 65 anos de idade, que visitam Vila Nova de Gaia pela primeira vez, com o objetivo de conhecer mais a cultura e o património do destino. Fazem a viagem com a família, durante 2 a 3 dias, onde o hotel é o alojamento preferenciado. Deslocam-se de automóvel e voo regular.

Nacionalidade, idade, duração e aspetos positivos e negativos são os valores que aparentam manter-se mais estáveis nestes últimos três anos. Sendo que no âmbito da nacionalidade predominam os franceses e espanhóis, os valores dos outros países tem vindo a aumentar, nada muito significativo comparado com os dois primeiros, mas servem de um bom indicador de futuros mercados turísticos disponíveis.

Por outro lado, podemos ver um aumento de viagens de avião de 2016 para 2017 e, futuramente, o surgimento dos voos *Lowcost* a equilibrar ainda mais este aspeto.

O alojamento, mostrando-se o hotel como o principal candidato, começa a existir outras alternativas, cada vez mais procuradas, nomeadamente o alojamento local.

Por fim, verificando a predominância do género feminino no tipo de turistas presentes no destino, não é considerado uma diferença muito significativa, pois todas as percentagens rondam os 50%.

4.2 Comparativo triénio (2016 a 2018)

Para além dos resultados obtidos pelos inquéritos, a Loja Interativa do Turismo realizou contagens do número de turistas que a visitaram. Sobre estes resultados poderemos ver as variações, mensais e anuais, de número total de visitantes e de mercados emissores.

4.3 Conclusões e Recomendações

Conclusões:

Considerando a importância do Turismo para a Região Norte de Portugal, onde segundo dados do INE e do Banco de Portugal, tem havido um aumento de 4,5% no número de visitantes e no número de dormidas, sendo que foi esta região a que teve a maior subida percentual a nível nacional, convém destacar alguns pontos relativos à afluência turística à Loja Interativa de Gaia/Posto de Turismo, no último triénio:

- Aumento do número de visitantes, respetivamente: 45171 em 2016, 57267 em 2017 e 59283 em 2018, tendo-se notado uma ligeira estagnação entre 2017 e 2018;
- Reforço do mercado francês como principal emissor de visitantes para o nosso destino, (1/3 do total), seguido do mercado Espanhol e do mercado nacional;
- Mercado Europeu absorveu 90% dos visitantes atendidos, sendo os restantes 10% dos Mercados Americano e Brasileiro, respetivamente;
- Importante notar os picos de procura (afluência) por mercado emissor, sendo que no mês de maio incide sobre o mercado brasileiro, o mês de julho o mercado holandês, o mês de agosto o mercado nacional, espanhol, francês e italiano e o mês de setembro os mercados britânico, americano e alemão, respetivamente.

Recomendações:

- Necessidade de produção de material de informação e promoção turística no idioma francês (1º mercado emissor);
- Reforço na aposta dos eventos, como fator de combate à sazonalidade turística;
- Continuidade e reforço na articulação com a Associação de Turismo do Porto, Junta Metropolitana do Porto e Entidade Regional de Turismo Porto e Norte, como parceiros estratégicos na promoção turística do Concelho;
- Vila Nova de Gaia, como complementaridade e extensão da Marca Porto, na informação e promoção turística e, em simultâneo o reforço na promoção da Marca Gaia;
- Reforço da identidade promocional da “Frente Atlântica” Porto, Gaia e Matosinhos).

5. Caracterização do concelho de Vila Nova de Gaia

Vila Nova de Gaia é um concelho e cidade da Área Metropolitana do Porto (NUTS III) e da Região do Norte (NUTS II) com cerca de 302.324 habitantes no seu perímetro urbano¹¹.

É o terceiro município mais populoso do país, sucedendo a Lisboa e Sintra e o mais populoso da região Norte. Com 168,46 km² de área (2013)¹² e o maior município da sub-região do Grande Porto.

Subdividido em 15 freguesias, está limitado a norte pelo município do Porto, a nordeste por Gondomar, a sul por Santa Maria da Feira e Espinho e a Oeste pelo oceano Atlântico. Este contexto permite-lhe ser um concelho de grandes contrastes, entre zonas interiores, rio e mar, bem como entre áreas urbanas, industriais e rurais.

Conhecido internacionalmente pelas suas empresas de vinhos do Porto e do Douro, indústria automóvel, vidreira e de componentes eletrónicos, pelos seus artistas: músicos, pintores, escultores e arquitetos, e pelas atividades turísticas que acolhem por ano milhares de visitantes, sendo um dos maiores municípios da região e do país, Gaia é uma cidade que tem pela sua frente um enorme potencial de desenvolvimento¹³.

Vila Nova de Gaia tem vindo a afirmar-se como destino de eleição. Uma das suas marcas distintas, no contexto territorial, reside no Centro Histórico, local emblemático que se estende em anfiteatro natural até ao rio Douro, onde as ruas se entrelaçam de uma forma rústica, com os seus vigorosos armazéns, envolvidos pelo velho casario, que acolhem o famoso vinho do Porto e assistem, serenamente, à azáfama das gentes da beira-rio.

Visitar Vila Nova de Gaia é descobrir uma diversidade de pontos de interesse que se estende ao longo de todo o concelho, desde as galardoadas praias com extensos passadiços, até aos parques verdejantes.

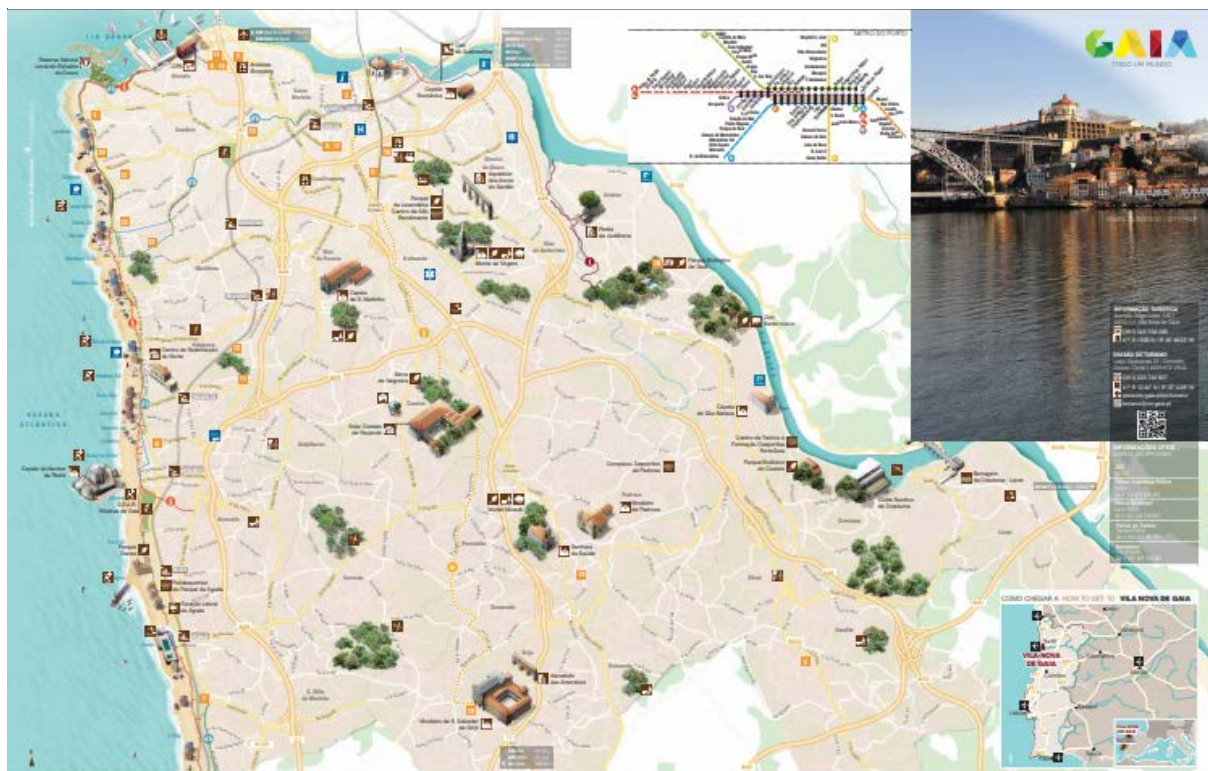
¹¹ https://pt.wikipedia.org/wiki/Vila_Nova_de_Gaia, 17/7/2019

¹² «Áreas das freguesias, municípios e distritos da CAOP2013», Separador Areas_Freguesias_CAOP2013. Direcção-Geral do Território. 2013.

¹³ <http://www.cm-gaia.pt/pt/cidade/vila-nova-de-gaia/>, 17/7/2019

A sua identidade, genuína e forte, é, ainda, intensificada pela presença de importantes elementos patrimoniais classificados pela UNESCO, como o majestoso Mosteiro da Serra do Pilar¹⁴.

Figura 2 - Mapa de Vila Nova de Gaia



Fonte: http://www.cm-gaia.pt/fotos/editor2/turismo/mapa_da_cidade/2018.03.09_vngaia2018.pdf

5.1 Enquadramento na Estratégia do Turismo 2027

Segundo Luís Araújo (2017), Presidente do Turismo de Portugal, a Estratégia do Turismo 2027 quer “afirmar o turismo como *Hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo”¹⁵.

Para tal, esta estratégia abrange cinco eixos no qual um deles se pode refletir neste projeto:

- Gerar redes e conectividade através do reforço de rotas aéreas e da mobilidade no território;

¹⁴ <http://www.cm-gaia.pt/pt/turismo/chegar/> , 17/7/2019

¹⁵ https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET27.pdf

- Envolvimento da sociedade no processo de desenvolvimento turístico e de cocriação;
- Trabalho em rede e a promoção conjunta entre os vários setores.

Também no mesmo documento, podemos encontrar na parte dos desafios, o principal problema deste projeto: a acessibilidade.

Para tentar resolver este problema, são apresentadas várias medidas que serão implementadas nos próximos anos, entre as quais:

- Melhorar os sistemas de mobilidade rodoferroviária e de navegabilidade;
- Promover e reforçar rotas aéreas ao longo do ano;
- Mobilizar o trabalho em rede e a promoção conjunta entre os vários setores.

6. Projeto desenvolvido no período de Estágio

Apostando nos ativos diferenciadores apresentados na Estratégia do Turismo 2027, serão exploradas características como o clima, a luz, a história, cultura e identidade, natureza e a água para a criação de uma rota que os abrangerá.

Com vista a ajudar o desenvolvimento turístico do concelho, este projeto apresentará uma proposta de uma nova exploração de partes do concelho de Vila Nova de Gaia que ainda não atingiram o seu potencial turístico. Podendo, assim, criar novos pontos de interesse, construir novas relações entre vários pontos de turismo, aumentar o nível de visibilidade destas zonas, reforçando as suas acessibilidades, e, por fim, manter um nível de sustentabilidade maior para os nossos destinos turísticos que já se encontram mais saturados.

Este projeto irá apresentar uma proposta de uma nova rota de serviços de transportes públicos, de forma a tornar os pontos mais distantes do concelho de Vila Nova de Gaia mais acessíveis.

Para tal, foi definida primeiramente, a área a ser trabalhada para estas novas rotas, bem como os seus pontos de interesse. De seguida, foram escolhidos alguns alojamentos locais e hotéis mais próximos da rota desenhada. E por fim, será apresentada a ideia da aplicação móvel para combinar e facilitar o acesso a toda a informação.

O recurso às novas tecnologias é uma mais-valia no desenho dos percursos, ajudando principalmente os turistas mais aventureiro, se tivermos uma aplicação com o objetivo facilitar o acesso a todos os componentes que fazem parte do projeto, então o turista poderá ter com uma ferramenta que rentabiliza a sua estadia no nosso Concelho.

6.1. Rota

Fundamentos da criação de uma rota

A ideia de criar uma rota parece ser tão evidente e fácil que assistimos a uma infinidade de propostas que não passam do papel e das placas sinalizadoras.

Há um aspeto relevante que se observa: algumas ideias, apesar de bem estruturadas, ao serem aplicadas não são suportadas por todos os apoios necessários, o que pode levar a uma má aplicação das mesmas iniciativas. O turismo nacional é afetado por este tipo de intervenções, por isso, a responsabilidade de agir conscientemente, coloca-se como ação inadiável.

O processo de estruturação de rotas é defendido como um trabalho que avalia a imagem percecionada pelo turista em cada destino. Este processo, designado por roteirização é relevante na formação dos recursos humanos do setor.

Como componente do sistema turístico, a roteirização de um território, sustenta-se na produção de um roteiro. Este, criado a partir de uma base de dados digital (neste caso, os dados fornecidos pela Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia) assegura a inventariação dos recursos com aptidão turística, a inclusão de outros recursos passíveis de integrar no turismo, e suscita a invenção de atrativos criados para o efeito, considerados como pertinentes á definição de produtos turísticos característicos de um destino.

O processo de roteirização é um instrumento ao serviço da valorização dos territórios e na inclusão do património que se vai criando coletivamente.

“A situação geográfica de Portugal desenhou o fundamental das características do turismo no País e da sua inserção no mercado turístico em formação: escala das grandes Rotas do trânsito marítimo intercontinental, clima ameno, riqueza e variedade de águas mineromedicinais, longa costa pontuada de praias.” Lousada (2010). Hoje, esta componente geográfica ainda é mais válida. Os cruzeiros marítimos e as viagens aéreas

e rodoviárias realizadas nas diversas modalidades transcontinentais, bem como as viagens de dimensão nacional, regional e local organizam-se sob a lógica de traçado desenhado para unir destinos. Este traçado tem, portanto, idade e uma lógica estruturante. Por isso, pode ter uma história de surgimento, pode ser oferecido por diversos operadores, pode construir-se por iniciativa pessoal do turista. Para o turista, a clareza de informações que recebe quando consulta a informação disponível, é sinónimo de qualidade e é motivadora da sua decisão de compra.

A apresentação dos atrativos é uma etapa-chave, para o sucesso dos que profissional (e economicamente), dependem do turismo. A ligação em rede entre todos os atores é, obviamente, um imperativo de que depende o sucesso da atividade turística.

Para que os atrativos cumpram o seu papel económico têm que ser comunicados e apresentados de modo a que satisfaçam as exigências dos consumidores e, se possível, as ultrapassem, surpreendendo-os pela positiva.

As lógicas decorrentes da construção de traçados de visita em cada território deverão observar procedimentos técnicos comuns, normalizados em função dos objetivos estratégicos que decorrem dos planos de desenvolvimento turístico, respetivamente, europeus, nacionais, e das regiões, mas, sempre, tomando conta da singularidade de cada caso em presença.

A tendência comercial corrente para homogeneização dos destinos, por razões de mera rentabilidade económica dá espaço, por outro lado, e paradoxalmente, a que os detalhes culturais de cada território se assumam como importantes traços diferenciadores daquela oferta massificada. O produto rota vive muito desses detalhes que são vitais para a diferenciação requerida perante produtos de temática semelhante. Vive da sua capacidade para motivar e concretizar experiências. Por isso, a sua produção suscita pré-requisitos e estes podem enunciar-se conforme segue:

- Colaboração e diálogo entre os interessados;
- Integração dos interesses dos promotores, em projeto comum;
- Programação de conteúdos (de programas e de lugares), atendendo aos interesses económicos em jogo;
- Qualidade, inerente ao foco da prestação de bens e serviços com procura de altos níveis de autenticidade;

- Salvaguarda dos valores tangíveis e intangíveis que são apropriados para as atividades turísticas;
- Compaginação entre tradição e modernidade, mediante uma gestão pró-ativa de recursos humanos e materiais;
- Avaliação consequente dos resultados alcançados por monitorização (e não apenas dos resultados económicos);
- Melhoria contínua do produto.

Como refere Gastal (2000), “Também para o Turismo a cultura não é apenas um pressuposto teórico. A cultura apropriada pelo Turismo é a cultura que gera produtos e manifestações concretas, sejam elas eruditas ou populares.”. Na estruturação de rotas a vertente «Apresentação-Interpretação» é um dos seus pilares de sucesso e presta-se, claramente, a uma segmentação orientada pelo critério “público-alvo”, com hipóteses de gerar, mesmo em territórios deprimidos ou de baixa densidade demográfica, alto valor acrescentado ao produto de base. A atividade de programação turístico-cultural depende da capacidade em se organizar o território, de um ponto de vista do seu ordenamento e, também, do seu ponto de vista turístico.

Lopes (2010) considera que “é importante, para Portugal, incentivar a criação de uma Indústria de Conteúdos, estimulada pela ANT e destinada à investigação, invenção e produção regular de conteúdos, narrativas e experiências adaptadas às escalas municipais, regionais e nacionais, suficientemente apelativas para despertar o “desejo” do consumidor, eficazmente promovidas para afirmar “modas” e desencadear os comportamentos de identificação associados, e predominantemente assentes nos ativos nacionais existentes, como modo de salvaguardar o seu carácter único e insubstituível.”. Subscrevendo á citação, começamos a ter umas primeiras luzes para a elaboração da rota para a zona do concelho a ser tratada.

As rotas, dada a sua natureza de serem, simultaneamente, ferramentas e produtos, transformam os recursos em atrativos: qualificam, e devem estar na “montra” do território. Isso acontece, porque a rota tem porta de entrada, locais de estar e experimentar e locais de saída. Em Portugal, como na grande maioria dos países, a construção do turismo cultural tem sido feita, «à sombra» dos grandes ícones culturais.

Na Europa, o Museu do Louvre ou o Mosteiro dos Jerónimos, são exemplos dessa iconicidade turístico-cultural.

Tecnicamente, as rotas apropriam objetos. Qualquer objeto tem três funcionalidades ao longo da sua vida, a saber: função prática, função estética, função simbólica. No transcurso da sua história o objeto tem uma época em que serve uma determinada função prática, revela uma certa imagem que o singulariza entre os demais, e possui uma natureza simbólica que lhe é reconhecida. Com o passar dos anos pode acontecer que, ao envelhecer, mantenha as mesmas funções práticas. Pode acontecer, contudo, que seja alvo de uma mudança passando a desempenhar outro papel prático. Pode, ainda, entrar em degradação e restar deles apenas a memória, observando-se o facto, nessa conjuntura, de a sua imagem simbólica ser por vezes, a única característica que dele resta.

O valor atrativo de um elemento tangível, tal como um monumento, ou de um elemento intangível, tal como um livro, suscitando o desejo e curiosidade do leitor para «rever» o lugar em que fisicamente esteve, ou que reconhece pela leitura que dele fez, é um fator que modela a forma individual e coletiva de procura de consumo do produto turístico. Esse consumo é realizado num contexto de mercado de produtos turísticos. Usamos uma definição de produto turístico, como o “(...) agregado de recursos e eventos que, no seu conjunto, formam a solução (pacote) que permita a experiência vivida ou a viver pelo turista-consumidor e que se pretende que seja única, credível, surpreendente, inesquecível e, por isso, de grande valor para quem a vive e pela qual está disponível para pagar” (Lopes, 2010).

Rota Vila Nova de Gaia

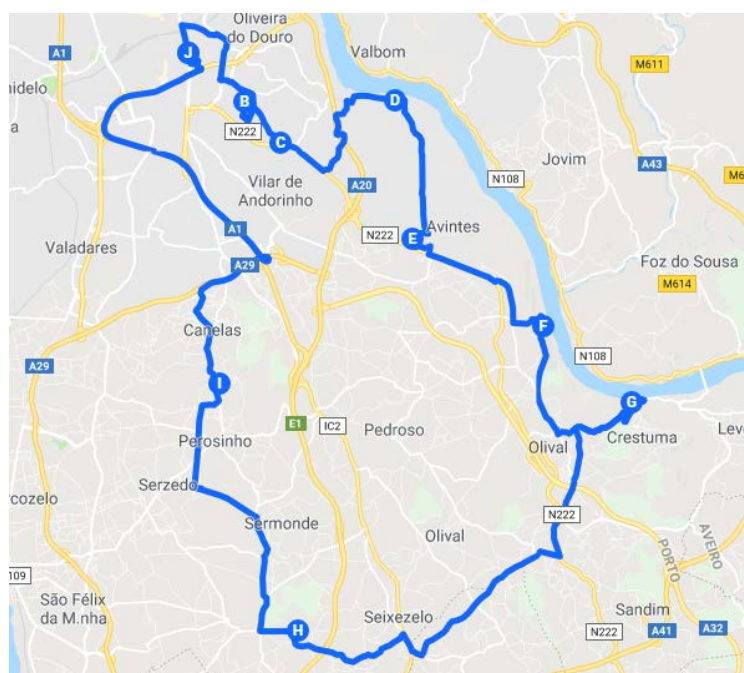
Neste projeto, a rota é definida por:

- Um tipo específico de percurso constituído por um tronco funcionando como eixo principal e por ramos complementares;
- Percorrida num determinado espaço de tempo;
- Tematicamente autónoma;
- Organizada com uma geografia muito objetiva e desenvolvida numa determinada direção;

- Consumida em forma de percurso, dirigido à temática dominante e agregando vários atrativos e atividades que a enriquecem como produto turístico singular;
- Orientada para originar circuitos, locais, bem identificados que se ligam entre si, através de itinerários com escala local e/ou regional.

Para tal, e começando na Câmara de Gaia, esta rota engloba Oliveira do Douro, Vilar de Andorinho, Avintes, Crestuma, Grijó, Canelas e Vilar do Paraíso. Com um total de 60 quilómetros (aproximadamente), esta rota foi desenhada para atingir sítios-alvo de acordo com os resultados dos inquéritos previamente aplicados pelo município.

Figura 3 - Rota proposta no âmbito do Projeto



Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

6.2 Pontos de interesse da rota

Figura 4- Fachada principal do edifício da Câmara Municipal de Gaia



Fonte: Elaboração própria

Situada no centro da cidade, 4400-, R. de Álvares Cabral 17, este edifício irá servir como ponto de partida e chegada da nova tour.

Edifício urbano, isolado, de gaveto, com a fachada principal virada para a principal avenida da cidade. Na fachada posterior possui um pequeno jardim e erguem-se vários corpos de apoio.

Inscrições nas placas de bronze sobre a fachada principal: esquerda HONRA/NOBREZA/CIVISMO e direita VERDADE/JUSTIÇA/VIRTUDE /LIZURA.¹⁶

¹⁶ http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=19960, 17/7/2019

Figura 5- Entrada principal do Parque da Lavandeira



Fonte: Elaboração própria

O Parque da Lavandeira é um espaço verde localizado na freguesia de Oliveira do Douro, Vila Nova de Gaia. Concebido em 1998, o Parque Municipal da Lavandeira, recria diversos ambientes ligados ao Lazer e à prática Desportiva.

Aberto ao público a 20 de agosto de 2005, o espaço assume-se com um verdadeiro parque da cidade, ocupando uma área de 109966 m² que foi pertença da Quinta da Lavandeira, uma antiga propriedade agrícola entretanto adquirida pela Câmara Municipal de Gaia.

O Parque da Lavandeira tem alguns jardins temáticos, entre os quais o Jardim dos Fetos, o da Fantasia, o Francês e o das Palmeiras. Todo o espaço é gerido pelo Parque Biológico de Gaia.

Junto ao Parque da Lavandeira existe uma estufa, em ferro forjado, construída em 1881 e recentemente classificada como imóvel de interesse municipal¹⁷.

¹⁷ https://pt.wikipedia.org/wiki/Parque_da_Lavandeira, 16/7/2019

Figura 6- Aqueduto dos arcos do sardão



Fonte: Elaboração própria

Aqueduto de arquitetura civil privada, foi mandado construir em 1720 por José Bento Leitão, avô materno do escritor Almeida Garrett.

Destinava-se a conduzir a água de uma nascente em Vilar de Andorinho para o palacete da Quinta do Sardão.

Foi concebido como uma robusta estrutura constituída por uma arcada com vinte e três arcos plenos, de grande dimensão, assentes em outros tantos pilares.

Está classificado como Imóvel de Interesse Público desde 1946.

Em 1987 a arcada foi alterada para permitir a passagem da Estrada Nacional 222.¹⁸

¹⁸ <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/loais-de-interesse-aqueduto-dos-arcos-do-sardao/>,
16/7/2019

Figura 7- Praia do Areinho de Avintes



Fonte: Elaboração própria

Depois de uma requalificação integral orçada em 1,5 milhões de euros, paga pelo Município de Vila Nova de Gaia (com uma comparticipação da empresa Águas de Gaia), o Areinho de Avintes apresentou a sua nova imagem ao público, numa cerimónia que decorreu no dia 10 de Junho de 2018.

Depois de uma reformulação integral, com intervenções ao nível das águas pluviais, saneamento, passeios, ciclovia, zona de merendas, entre outras, este é o primeiro capítulo de uma nova vida para o Areinho de Avintes¹⁹.

¹⁹ <http://www.cm-gaia.pt/pt/noticias/areinho-de-avintes-a-nova-frente-fluvial-de-gaia/>, 16/7/2019

Figura 8- Parque Biológico de Gaia



Fonte: Elaboração própria

Instalado em 1983 pela Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, o Parque Biológico de Gaia abriu as portas inicialmente com dois hectares.

Entre 1997 e 1998, o Parque levou a cabo um ambicioso programa para melhorar as condições de receção de visitantes, reabrindo ao público dotado de um Centro de Acolhimento

- Com auditório, salas de exposições, condições de alojamento, posto de venda, bar e esplanada - e com a sua área ampliada para 35 hectares.

O Parque Biológico de Gaia deixa de ser um departamento da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia e ganha autonomia ao transformar-se em Empresa Municipal em 28 de julho de 2000.

Em finais de 2010 a Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia delibera fundir duas empresas municipais: as Águas de Gaia e o Parque Biológico de Gaia²⁰.

²⁰ https://www.parquebiologico.pt/pbg/o-que-e/150-historia_, 16/7/2019

A partir de 2015, por decisão do Presidente da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, o Parque Biológico de Gaia inicia um processo de reintegração no Município, abandonando o estatuto de empresa municipal²¹.

Figura 9- Zoo St. Inácio



Fonte: Elaboração própria

Situado apenas a 10 minutos do centro do Porto, em Vila Nova de Gaia, o Zoo Santo Inácio nasceu do sonho de uma família apaixonada pela natureza, pertencente ao grupo Aveleda. Em 2000, abriu portas com o objetivo de aproximar a comunidade da Natureza e da Vida Selvagem, alertando para a crescente importância da Conservação das Espécies da Fauna e da Flora de todo o mundo.²²

No ano de 2014, o Zoo Santo Inácio passou a integrar o Grupo Thoiry, fortalecendo o movimento a favor da Conservação da Natureza, juntando-se a parques zoológicos como:

²¹ <https://www.parquebiologico.pt/pbg/o-que-e/150-historia>, 16/7/2019

²² <http://zoosantoinacio.com/>, 16/7/2019

- Parc Zoologique et Château de Thoiry;
- Parc et Château du Colombier;
- Safari Parc de Peaugres;
- Réserve des Monts d'Azur.

Figura 10- Capela de S. Mateus



Fonte: Elaboração própria

A Capela de São Mateus de Arnelas data de 1723 e, conforme é descrito no livro "A talha dourada da Capela de Arnelas - Freguesia de Olival - Vila Nova de Gaia", de Domingos de Pinto Brandão, que foi bispo auxiliar do Porto, o templo foi construído graças a um imposto concedido à população pelo rei João V. A capela inclui um retábulo com tribuna do ano 1732, três altares maiores e dois altares colaterais, elementos que se destacam pela talha dourada.²³

²³ <https://www.dn.pt/lusa/interior/capela-de-sao-mateus-de-arnelas-em-gaia-em-vias-de-classificacao-9990024.html>, 16/7/2019

Figura 11- Clube Náutico de Crestuma e Parque Botânico



Fonte: Elaboração própria

Para além do clube náutico, podemos encontrar a praia fluvial e o parque botânico do castelo. Desde o ano 2014 que esta praia tem nadadores salvadores. Essa vigilância inclui, para além de dois nadadores-salvadores, meios de apoio como boias, equipamentos de socorro, botes e sinalética para que estas praias fluviais do Rio Douro sejam mais seguras para os banhistas que todos os anos frequentam estas praias nas margens do rio²⁴.

²⁴ <http://aquapolis.com.pt/praias-fluviais-de-crestuma-esteiro-junto-ao-clube-nautico/>, 16/7/2019

Figura 12- Mosteiro de Grijó



Fonte: Elaboração própria

O Mosteiro de São Salvador de Grijó, popularmente referido apenas como Mosteiro de Grijó, localiza-se na freguesia de Grijó, concelho de Vila Nova de Gaia. De acordo com a tradição, o primitivo mosteiro foi fundado em 922, no lugar de Muraceses por dois clérigos, Guterre e Ausindo Soares, vindo a adotar a regra e o hábito da Ordem de Santo Agostinho em 938. No ano de 1112 foi transferido para a atual localização. A igreja do novo mosteiro foi sagrada em 1235 pelo então bispo da Diocese do Porto, D. Pedro (IV) Salvadores (1235-1247).

No início do século XVI o convento encontrava-se em ruínas e, em 1535, João III de Portugal autorizou sua transferência para a serra de São Nicolau, em Gaia (Mosteiro da Serra do Pilar). No entanto, nem todos os clérigos concordaram com a transferência e, desse modo, em 1566 o Papa Pio V separou os dois mosteiros.

Com o retorno dos monges a Grijó, diante da necessidade de reformas no edifício, a comunidade contratou, em 1572, o arquiteto Francisco Velasquez, então mestre de obras da Sé de Miranda do Douro, para desenhar o novo projeto.

Dois anos depois, a 28 de junho de 1574, era lançada a primeira pedra do dormitório. Até 1600 estavam concluídas duas alas do claustro, o refeitório e a sala do capítulo. No entanto a construção da igreja arrastou-se por mais cerca de trinta anos, uma vez que a capela-mor só foi fechada em 1629. No ano de 1770 o convento foi extinto, passando os seus bens para o Convento de Mafra.²⁵

Figura 13- Solar Condes de Resende



Fonte: Elaboração própria

Antiga propriedade senhorial, o solar encontra-se referido documentalmente pela primeira vez na "Carta de Negrelos" (1042), pelo que se presume a sua edificação seja do final do século X ou do início do século XI.

O solar foi adquirido pela Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia em 1982, tendo sofrido intervenção de restauro, e requalificado como Casa Municipal de Cultura.

²⁵ https://pt.wikipedia.org/wiki/Mosteiro_de_Grij%C3%B3, 16/7/2019

Desse modo, passou a albergar uma biblioteca, um núcleo museológico de arqueologia, uma coleção de obras de Marciano Azuaga, um jardim de camélias com a estátua de Eça de Queirós e salas de exposição. Sediava, deste modo, diversos eventos culturais e educacionais como exposições temporárias (artes, aulas de pintura, inglês, colóquios, danças de salão, e outras).²⁶

6.3 Características da rota

A rota será feita por esta ordem de sítios, em que os autocarros começam e terminam a volta na Câmara Municipal, entre as 10h e as 22h.

Pensado primeiramente nos turistas, poderão ser comprados cartões de viagens, para estes poderem usufruir dos transportes desta rota livremente.

Até ser feita uma análise dos custos que a rota poderá ter, será aplicado o modelo de Malta²⁷ para estabelecer os preços e condições iniciais destes cartões de viagem. Como tal teremos:

- 21€ para adultos e 15€ para crianças, um cartão que permite usar os transportes livremente durante 7 dias.
- 15€ para um cartão que inclui 12 viagens.

Para além de serem feitas as paragens nestes sítios para saída e entrada de passageiros, outras paragens também serão realizadas, conforme as parcerias realizadas com os órgãos de alojamento local.

Podemos verificar que parte do concelho não está incluído na rota. Isto deve-se a serem áreas de fácil acesso, como por exemplo, a zona costeira: Arcozelo, S. Félix da Marinha; e também foram excluídos por motivos de simplificação desta rota. Vila Nova de Gaia, sendo um dos maiores concelhos existentes, carece de acesso às zonas mais remotas.

Falta de autocarros e várias companhias de transportes públicos existentes dificultam a simplicidade e a resolução deste problema de acesso. Esta rota foi

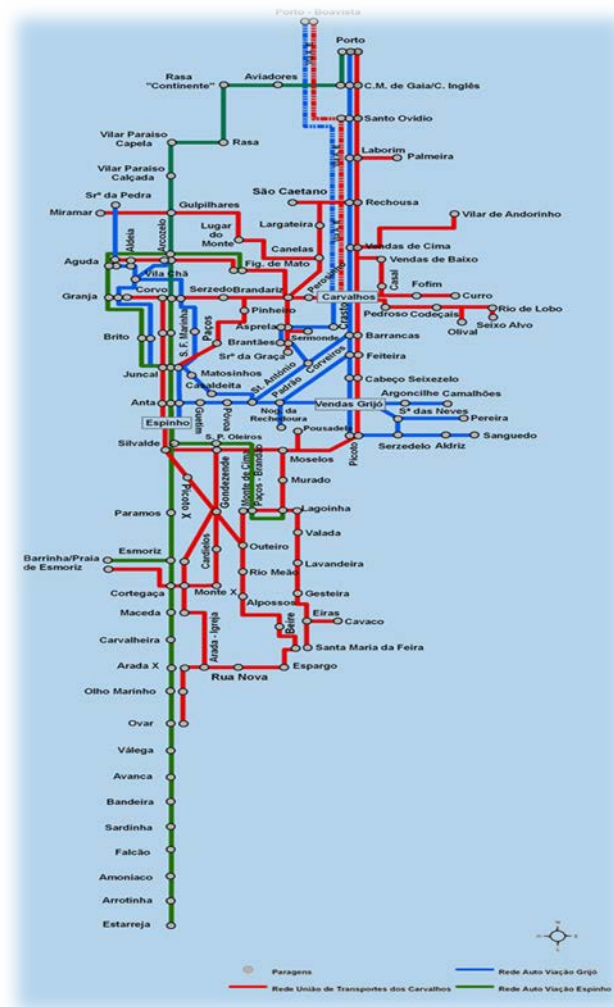
²⁶ https://pt.wikipedia.org/wiki/Solar_Condes_de_Resende, 16/7/2019

²⁷ <https://www.publictransport.com.mt/en/bus-card-and-ticketing>, 28/6/2019

desenhada para combater as diferentes companhias existentes, pois estas não apresentam planos simples e de fácil compreensão para turistas.

No mapa seguinte é possível observar a rede da companhia UTC (União de Transportes dos Carvalhos), e constatar a ausência da ajuda visual por onde os seus transportes executam as suas rotas, apenas evidenciando as paragens existentes.

Figura 14- Linhas de transporte da UTC



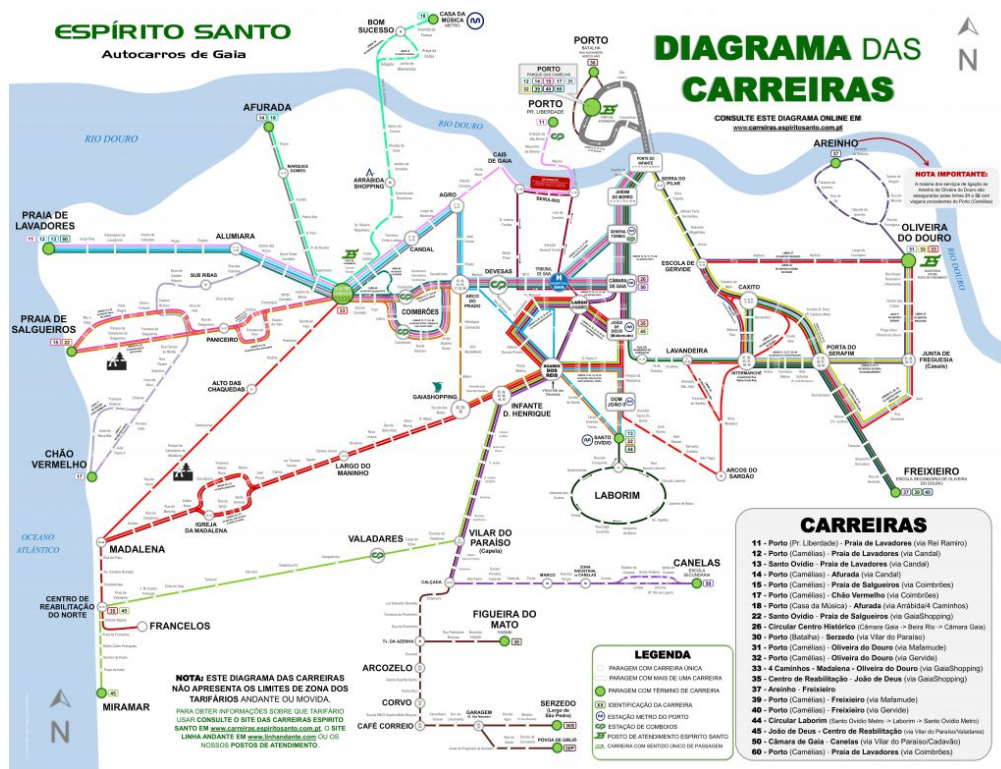
Fonte: <http://www.utc.pt/client/skins/geral.php?page=105&cat=9&top=9>

O mesmo acontece com outra empresa, MGC – Moreira, Gomes & Costas, apresenta um mapa de redes com os mesmos problemas da UTC (União de transportes dos Carvalhos).

A map of the Douro wine region in Portugal. The map shows the Douro River (RIO DOURO) flowing through the region. Various sub-regions are labeled: PORTO, CONTINENTE, VILAR DE ANDORINHO, AVINTES, REDROSO, CRESTUMA, OLIVAL, SANDIM, CANEDO, PESSEGUEIRO, LOUREDO, MOSTEIRO, LEVER, and LOMBA. The map also shows the Douro wine region's border with Spain (ESPAÑA) to the north and the Atlantic Ocean (OCEANO ATLANTICO) to the west.

Apesar de mostrar todas as paragens existentes, estes mapas não correspondem à realidade geográfica de Vila Nova de Gaia, não facilitando a deslocação do turista em qualquer ponto do concelho. No entanto, a empresa Espírito Santo, possui no seu Site este mapa:

Figura 16- Linhas de transportes Espírito Santo



Fonte: <http://www.carreiras.espiritosanto.com.pt/carreiras/mapa/>

Bastante mais elaborado do que os mapas anteriores, este ainda conta com todas as paragens existentes e um bom enquadramento com a realidade geográfica do concelho. No entanto, apenas fornece um bom serviço no centro do concelho e nas zonas costeiras, daí este projeto se focar mais nas zonas interiores.

Outras zonas também não se enquadram nesta rota por falta de pontos de interesse para satisfação dos critérios definidos pelos inquiridos.

A presente rota está desenhada para uma duração de 1 hora e 40 minutos (aproximadamente). No entanto, serão implementados quatro autocarros da câmara, que estarão desfasados por 50 minutos (aproximadamente), garantindo assim um menor tempo de espera. Enquanto dois partem da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, um no sentido Parque da Lavandeira e o outro no sentido Solar Condes Resende, na outra ponta da rota, um autocarro irá partir no sentido do Mosteiro de Grijó e o outro em direção do Jardim Botânico de Crestuma. Criando um tempo máximo de espera de 45 minutos (aproximadamente) em qualquer um dos sentidos.

6.4 Alojamentos

Os alojamentos aqui demonstrados estão situados a uma distância inferior a 2km a pé da rota criada. As paragens para a entrada e saída de passageiros no autocarro serão encontradas entre o ponto anterior e posterior ao local do alojamento (aproximadamente).

Com o desenvolvimento da aplicação, poderão ser criadas parcerias entre estes mesmos e a câmara, de modo a garantir que a rota seja utilizada com o máximo proveito.

Devido à ausência de oferta de alojamento no percurso da rota pelas outras freguesias, excetuando o centro de Vila Nova de Gaia (zona da Avenida da República), será incluído apenas um hotel com o intuito de mostrar só a opção de que o alojamento pode ser feito desta maneira.

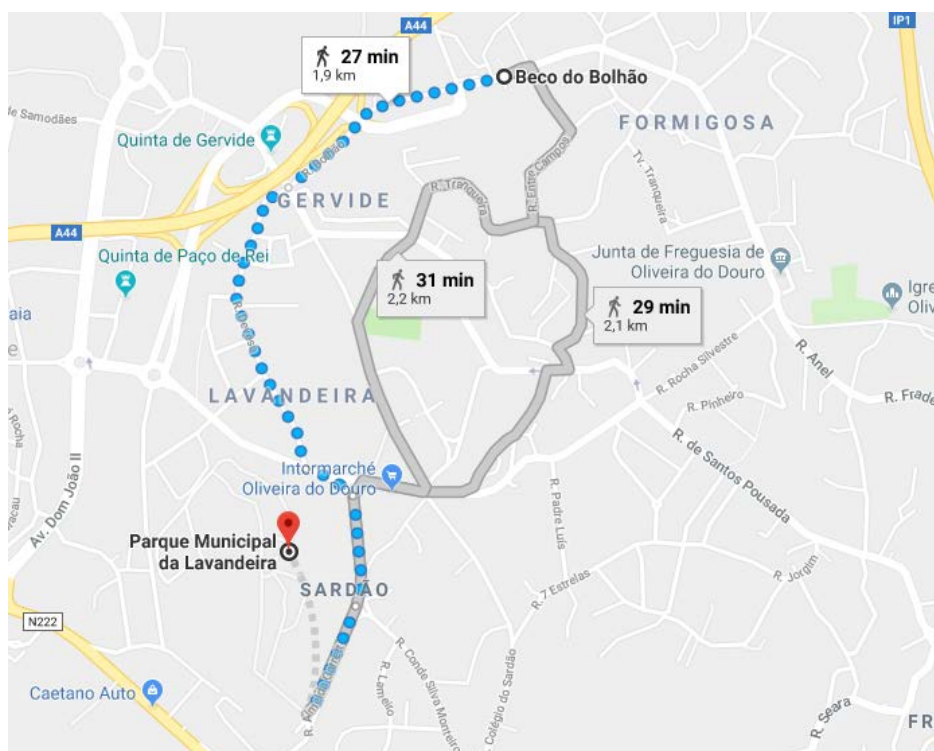
A Flor	Estabelecimento de Hospedagem- Hostel	Rua de Bolhão, 51	4430-340 Vila Nova de Gaia	Oliveira do Douro
Apartamento Superior Helena's Porto Corner	Apartamento	Rua Professor Egas Moniz, 237 R/C	4430-497 Vila Nova de Gaia	Oliveira do Douro
Village Villa Gracinda	Moradia	Rua de Mata, 97	4430-279 Vila Nova de Gaia	Vilar de Andorinho
Casa d'Avó do Rio	Moradia	Rua do Magarão, 121	4430-849 Avintes	Avintes
Casa do Caseiro	Moradia	Rua Agraceira, 720	4430-758 Avintes	Avintes
Casa da Lagoa	Moradia	Rua do Alto da Lagoa, 601	4415-597 Crestuma	Crestuma
Between Oporto & Espinho	Moradia	Rua da Farrapa, 132	4415-466 Grijó VNG	Grijó
Feel at Home Apartment	Estabelecimento de Hospedagem	Rua Florbela Espanca, 114 - 1º Dto.	4405-859 Vila Nova de Gaia	Vilar do Paraíso
Quinta das Rosas	Apartamento	Rua Ferreira de Castro, 101 - 3º Esq.	4405-858 Vila Nova de Gaia	Vilar do Paraíso
Beautiful and Spacious House	Moradia	Rua Miguel Torga, 131	4405-880 Vila Nova de Gaia	Vilar do Paraíso
Flat Avenue	Estabelecimento de hospedagem	Avenida de República, 2106 - 3º Esq.	4430-195 Vila Nova de Gaia	Mafamude
Corte Inglês Flat	Estabelecimento de Hospedagem	Rua Ramalho Ortigão, 130 - 1º AP. 64430-265 Vila Nova de Gaia	4430-265 Vila Nova de Gaia	Mafamude

Zeli Home	Estabelecimento de hospedagem	Rua Doutor Carteador Mena, 8 - R/C Esq.	4430-088 Vila Nova de Gaia	Mafamude
Clip Hotel	Hotel	Av. República, 1559	4430-205 Vila Nova de Gaia	Mafamude

Tabela 4 – Oferta de Alojamento. Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, Adaptado

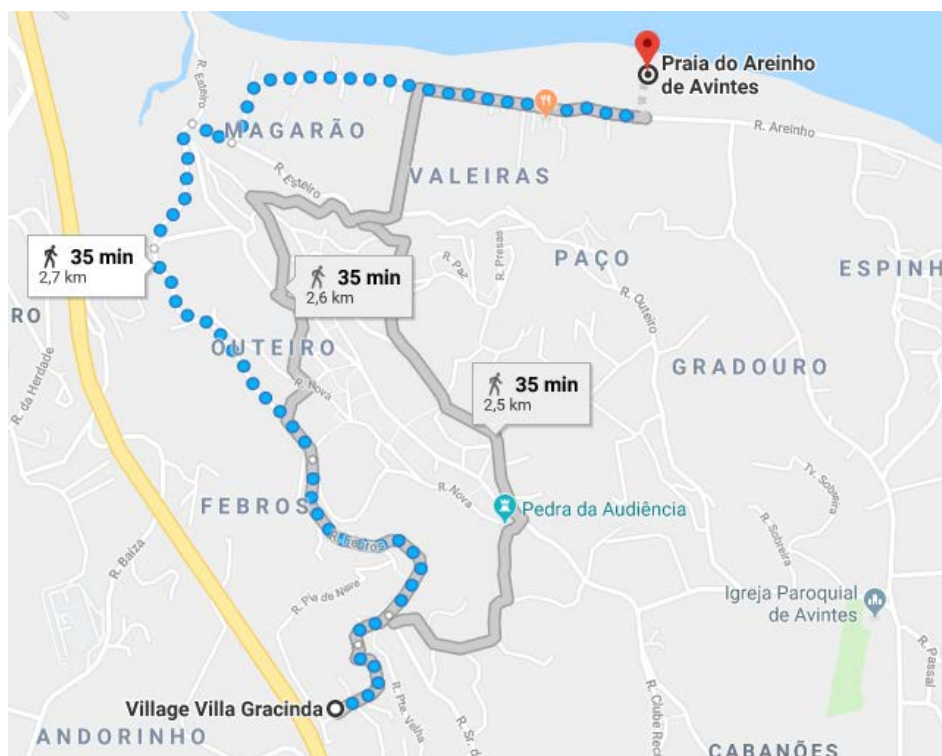
Localização geográfica e distância a pé até à paragem mais próxima (pela ordem da tabela):

Figura 17 – A flor



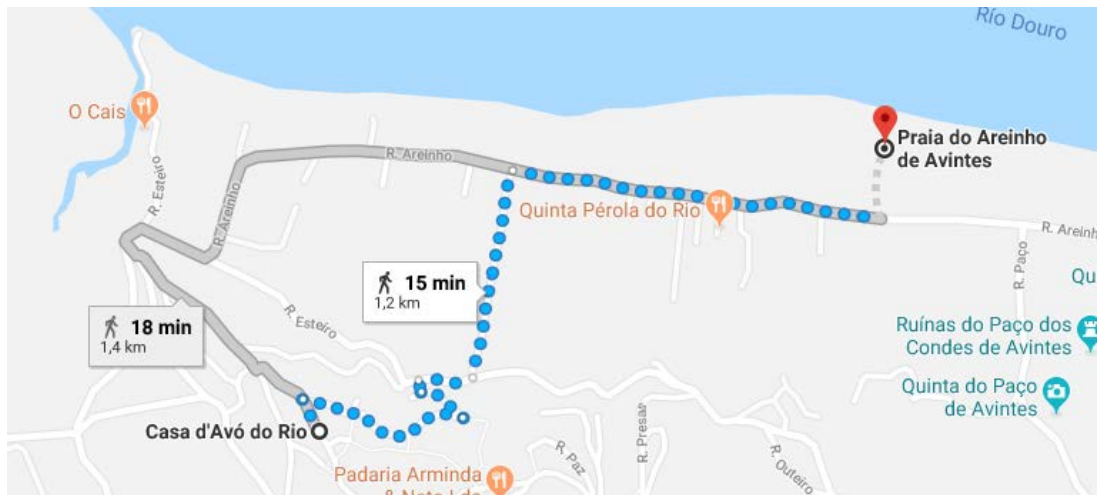
Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 19 – Village Villa Gracinda



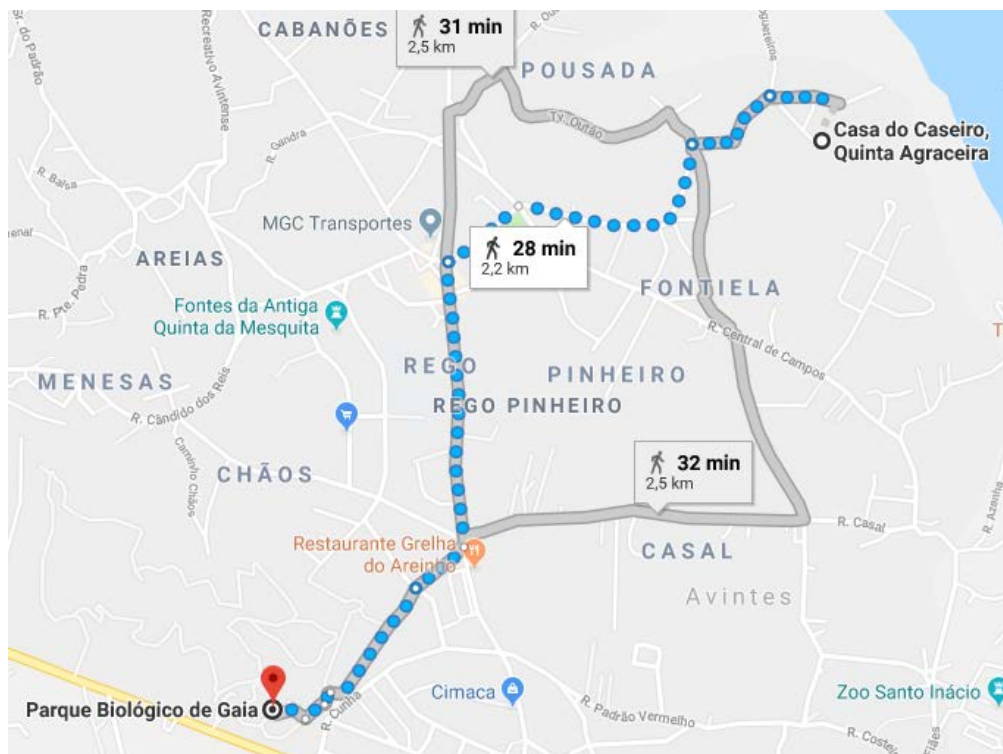
58

Figura 20- Casa d'avó do rio



Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 21 – Casa do Caseiro



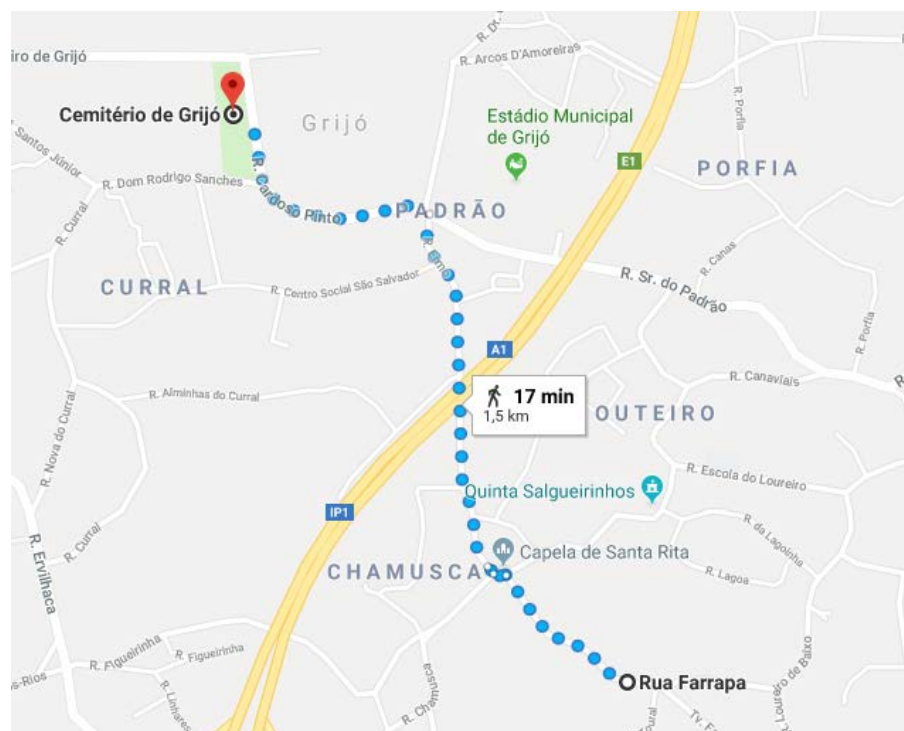
Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 22- Casa da Lagoa



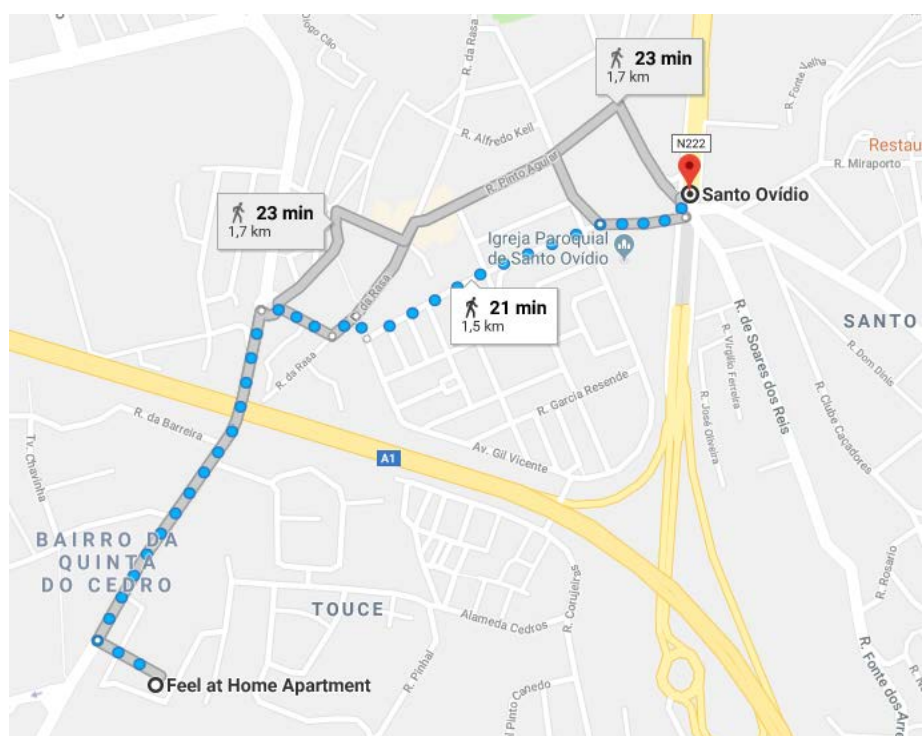
Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 23- Between Oporto & Espinho



Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 24- Feel at home apartment/ Quinta das Rosas/ Beautiful and Spacious House



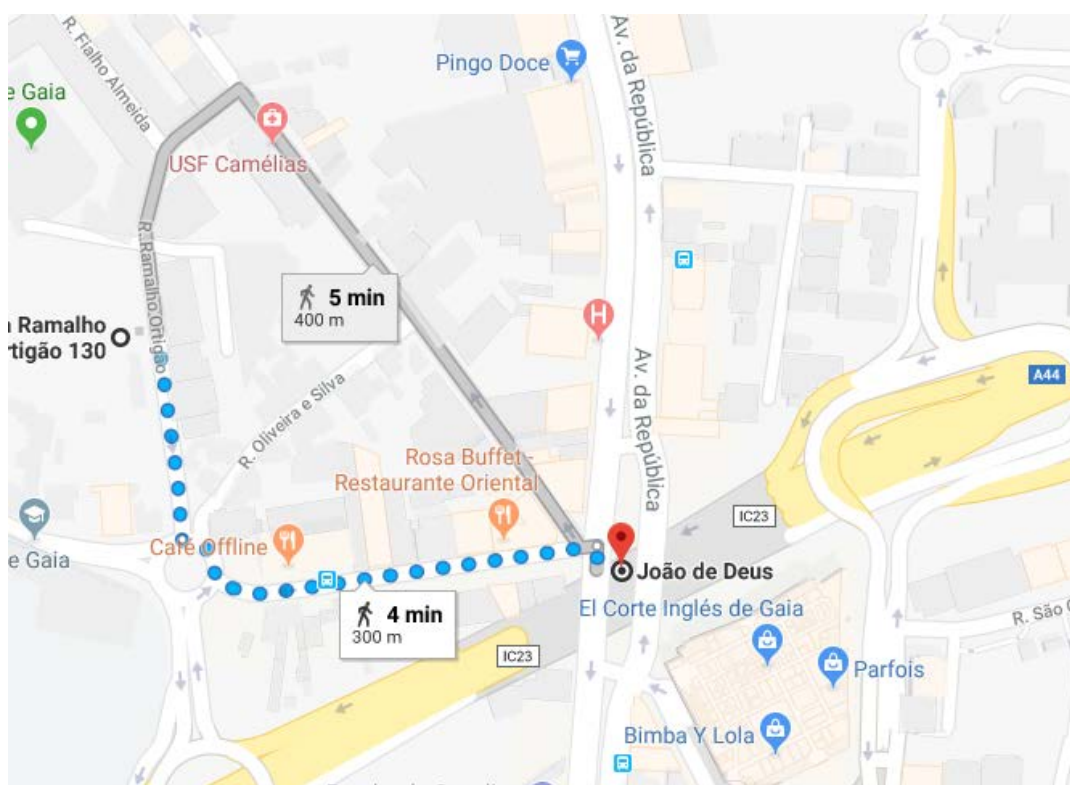
Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 25- Flat Avenue



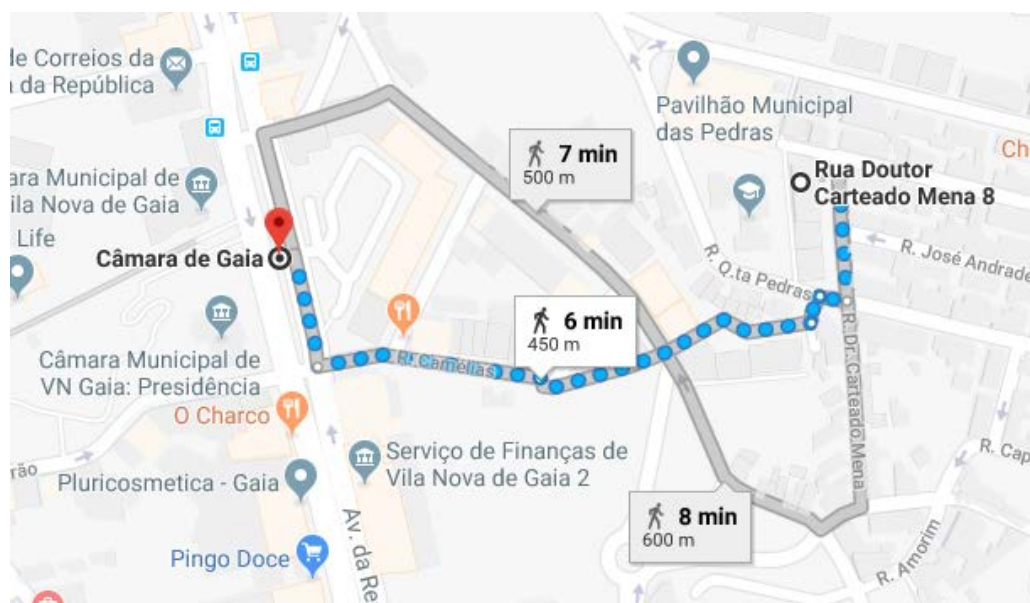
Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 26- Corte Inglês'Flat



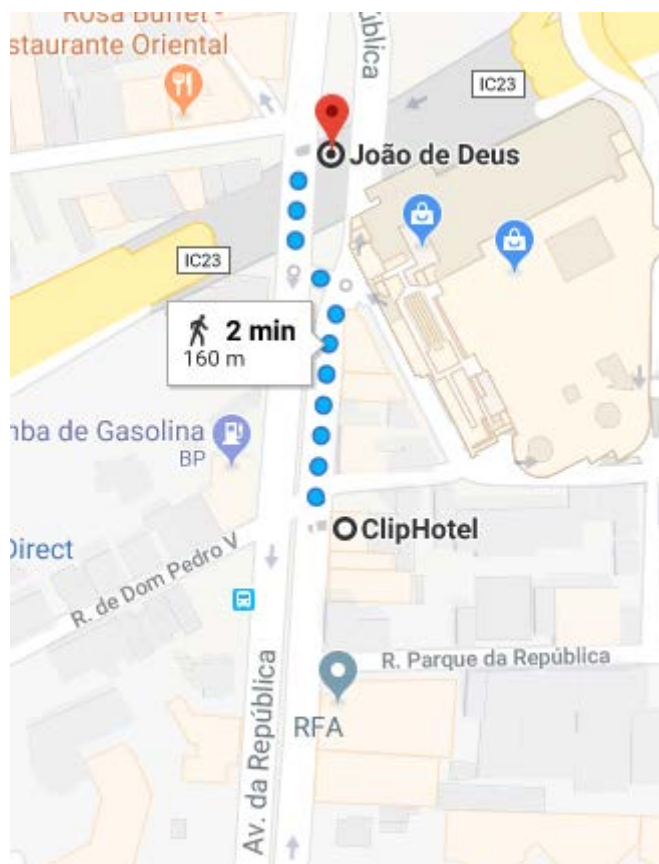
Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 27- Zeli Home



Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

Figura 28- Clip Hotel



Fonte: Elaboração própria (Google Maps)

As paragens da Avenida da República serão diferentes das do resto da rota pois serão construídas paragens em todos os locais onde os outros autocarros param.

6.5 Aplicação móvel

Figura 29 - Menu principal



Figura 30 – Menu Tour



Estas duas imagens apresentam os primeiros menus da aplicação. Na figura 29 encontramos as duas funções bases desta aplicação, a tour e os seus alojamentos.

Começando pela tour, figura 30, há duas opções, pontos de interesse e transportes. Em todas as partes da aplicação poderemos encontrar o atalho para voltar à página inicial. No menu Tour, será explorado o menu “Pontos de Interesse”.

Figura 31- Pontos de interesse - Geral



Figura 32- Pontos de interesse - específico



A primeira opção que aparece é uma lista de todos os pontos de interesse destacados para esta tour, definidos previamente (figura 31). Todos estes pontos irão estar ligados á segunda parte deste menu.

Na figura 32 é possível observar todas as funcionalidades específicas a cada um dos pontos de interesse. O ponto de interesse escolhido foi a “Câmara Municipal de V.N. Gaia”.

Irá ser mostrado no ecrã do dispositivo móvel uma imagem do ponto escolhido acompanhado por umas notas introdutórias da sua história. Também terá disponível a localização e horário de funcionamento.

Esta funcionalidade estará presente em todos os pontos de interesse inseridos na aplicação. Algumas diferenças serão visíveis nas informações dadas sobre cada ponto. Por exemplo: os Arcos do Sardão ou qualquer uma das praias não têm Horário de

Funcionamento. No entanto poderão aparecer outras opções como a Época Balnear ou outras visitas que estejam a ser promovidas pela Câmara Municipal.

Figura 33- Transportes



O outro menu da componente “Tour” da aplicação, e talvez o mais importante face à visão do projeto, é o menu Transportes e este serve para auxiliar nas viagens de um destino para outro.

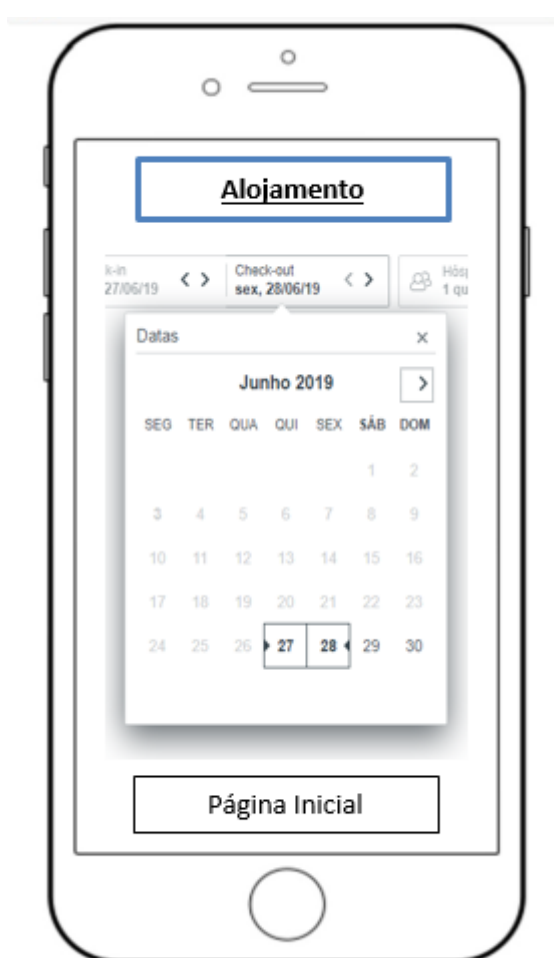
Seguindo o exemplo da figura 33, se nos encontrarmos a visitar o Parque da Lavandeira, podemos obter a informação do próximo autocarro caso queiramos visitar outro sítio. A aplicação ao ser usada, irá localizar o nosso dispositivo móvel, como um GPS normal, podendo assim informar-nos do autocarro mais próximo e do tempo de espera para ele chegar.

Quando os transportes estiverem a encerrar o horário diário, a aplicação irá emitir um alerta para os dois últimos autocarros do dia.

Figura 35- Alojamento - Check In



Figura 34- Alojamento - Check Out



Seguimos agora para a segunda função base da aplicação, o alojamento.

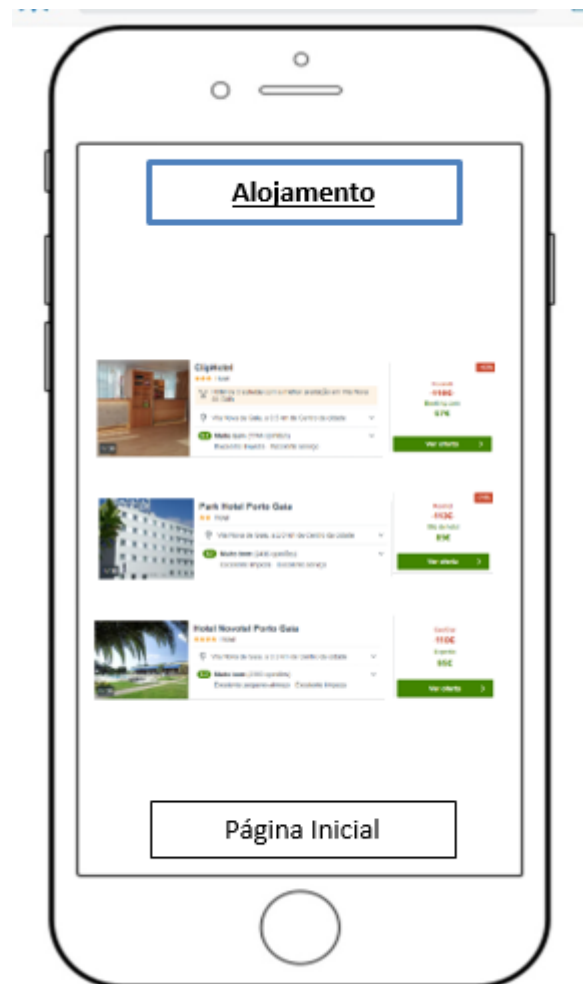
Nesta área, os menus serão mais diretos, apenas com as funções de fazer o check-in (figura 34) e check-out (figura 35).

De seguida podemos escolher o número de pessoas que irão estar presentes na estadia.

Figura 36- Alojamento - Nº Hóspedes



Figura 37- Alojamento - Lista Hotéis



Neste menu podemos escolher o número de pessoas (adultos e crianças) que irão ficar em cada quarto. Podemos ver na figura 36 que a opção de adicionar mais quartos está disponível.

Ao seleccionar o botão “Pesquisar” uma lista de hotéis e alojamentos locais irá aparecer (figura 37). Note que esta lista será composta pela lista de alojamentos fornecida anteriormente.

A diferença desta aplicação é que nos possibilita escolher primeiro a data e de seguida aparece os hotéis ou alojamentos locais com disponibilidade para essas datas.

Isto existe devido ao facto de as parcerias já existirem entre estes estabelecimentos e a Câmara Municipal.

Futuramente, a aplicação poderá ser atualizada com novas funções, exemplo: preço, distância de um certo destino e até novos locais de alojamento.

De acordo com o objetivo do projeto, a aplicação terá o propósito de simplificar o acesso a todos os pontos do concelho. Dai estar criada uma estrutura simplificada que, com poucas seleções de sítios e alojamento, pode oferecer o maior número de informação sobre a tal parte de Vila Nova de Gaia mais inacessível.

7. CONCLUSÃO

Neste último capítulo serão apresentadas as conclusões deste projeto, bem como algumas reflexões futuras sobre os diversos tópicos explorados no mesmo.

Com base na revisão de literatura e em toda a dimensão do trabalho, serão apresentados alguns problemas ou obstáculos que poderão surgir na aplicação da proposta apresentada.

Tal como anteriormente referido, a aplicação terá como principal objetivo, facilitar as visitas e as viagens às zonas um pouco mais remotas de Vila Nova de Gaia.

Atendendo ao território difícil e bastante extenso, a simplificação dos transportes e a facilidade de informação foram os pilares base da aplicação.

No entanto, apesar de a aplicação ser ou não operacionalizada, poderão surgir alguns problemas.

A construção de uma aplicação não significa que a exploração do território seja imediata. Todo o sucesso desta nova rota, será fruto de um esforço feito por todos os componentes dela. Desde a Câmara Municipal, às juntas de freguesia e mesmo os residentes, haverá necessidade de uma grande divulgação dos produtos a oferecer nos diferentes pontos da rota, bem como uma melhoria de algumas infraestruturas para que estes destinos não estejam apenas marcados por um produto e consigam oferecer algo mais a quem os visita, de modo a deixar uma boa imagem e um bom feedback, com vista a que o número de visitas continue a aumentar, atenuando assim, a procura exaustiva de produtos turísticos numa zona do concelho apenas.

O desenvolvimento das zonas exteriores ao centro de Vila Nova de Gaia, apesar de já terem alguma atratividade turística, precisam também de melhorar o nível das infraestruturas, nomeadamente, a nível de acomodações. Como já foi referido, o concelho tem uma área muito grande, o que dificulta, por vezes, atravessá-lo para visitar alguns dos pontos turísticos longe do local onde se está alojado. A nova rota irá combater bastante o problema da distância, mas sendo a estadia média de 3 a 4 dias, não será fácil partir sempre do centro de Vila Nova de Gaia para visitar todos os pontos de interesse da rota, e o número de turistas que tem viatura própria é muito reduzido. Dependendo da motivação turística, haverá sítios mais propícios ao tipo de visita que eles queiram fazer. Como os turistas estarão, de certa forma, dependentes dos transportes oferecidos por

esta rota (não podemos excluir outros meios de transporte como o aluguer de carros, táxis, ubers, entre outros) e a mesma terá um horário de funcionamento que não inclui autocarros 24 horas por dia, o alojamento noutros pontos do concelho virá preencher esta lacuna, daí a necessidade de investimento em parques de campismo, hotéis/motéis, entre outros tipos de alojamento.

De um modo geral, é possível afirmar que a deslocação e o alojamento são obstáculos presentes ao propósito da rota. Espera-se uma dificuldade em cumprir o objetivo de aliviar o elevado fluxo turístico no centro de Vila Nova de Gaia, e do Porto também, por estes mesmo motivos. Apesar de uma ou várias propostas serem apresentadas para evitar esta concentração em demasia de turistas, nada poderá ser garantido se todas as entidades presentes no concelho não contribuírem para o interesse comum. A falta de divulgação será sempre um entrave ao sucesso da nova rota.

Por fim, falta mencionar alguns aspetos técnicos da rota que, também influenciados por todos os fatores anteriormente referidos, têm a possibilidade de serem geridos mais facilmente pelas entidades exploradoras da aplicação.

Como todos os negócios existentes, é necessário um investimento inicial, neste caso, na compra ou preparação dos autocarros, na formação e contratação de recursos humanos, e até mesmo o financiamento da equipa técnica que irá concretizar a aplicação, e que terá de ser repostado com a exploração da atividade em si, neste caso, o funcionamento dos transportes da rota.

Como tal, será necessário um ajuste dos preços em conformidade com a procura apresentada ao serviço que será exposto. Os exemplos dos preços dos cartões e das viagens presentes neste trabalho são inspirados em serviços similares já existentes noutros países, conforme exposto ao longo do projeto, o que não reflete a realidade dos preços apresentados no concelho.

Contudo, e finalizando, apesar de todas as dificuldades que este projeto possa encontrar na sua fase inicial, a revisão de literatura e todas as informações recolhidas para a elaboração deste trabalho apresentam várias propostas, trazidas à discussão, que tornam a ideia de um projeto numa realidade passível de ser realizada. Tendo uma base de trabalho bem definida, uma boa base de dados (neste caso, fornecida pela Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia) e no fim, uma boa relação e um interesse mútuo com os possíveis parceiros neste projeto, aliados a uma grande frente de divulgação dos

produtos e da rota em si, Vila Nova de Gaia poderá evoluir de um concelho maioritariamente procurado pelas Caves de Vinho do Porto a um concelho procurado pelo seu todo, assegurando uma experiência mais diversificada, a uma procura cada vez mais exigente e segmentada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Archer, B., Cooper, C. (2001). Os impactos positivos e negativos do turismo. In: THEOBALD, William F. (org.). *Turismo Global*. 2. ed.
- Brunt, P., Courtney, P. (1999). La percepción de los impactos socioculturales del turismo por la población residente. *Annals of Tourism Research* en Español, 1(2), 215-239.
- Culpan, R. (1987) International tourism model for developing economies, *Annals of Tourism Research*, 14, 541-552.
- Dolgnar, R., & Costa, A. (2010). *Turismo, Sustentabilidade e Flexibilidade Laboral*. Atas do 16º Congresso da APDR, Universidade da Madeira, Funchal, pp. 801-818.
- Fernandes, P., Monte, A., & Castro, J. (2004). *A Região Norte de Portugal e a preferência da procura turística: Litoral versus Interior*. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais* INE/APDR, pp. 57-73.
- Gastal, S., (Org.), (2000). Turismo & cultura: por uma relação sem diletantismos, in Turismo: 9 propostas para um saber-fazer, Porto Alegre, EDIPUCRS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, pp.117-130.
- Gourija, S. (2007). *Tourisme et développement durable: quelles conjugaisons? (Expérience marocaine)*, Tese de doutoramento, ULCO.
- Herala, N. (2003). *Regulating traffic with land use planning, Sustainable Development*, Vol. 11, 91-102.
- Kozak, M. (2003). "Measuring Comparative Destination Performance: A Study in Spain and Turkey", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Volume 13, Howarth Press, pp. 83-110.
- Krippendorf, J. (1997). Les devorateurs de paysagers. *Le tourisme doit-il détruire les sites qui le font vivre?*, Lausanne, Editions 24 heures.
- Leiper, N. (1979). *Tourism systems: an interdisciplinary perspective*. Palmerston North: Department of Management Systems. Massey University, Nova Zelândia.
- Lohmann, G. (2005). Transporte para turistas: conceitos, estado da arte e tópicos atuais. In Trigo, L.G.G *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. Pág. 641. São Paulo: Roca.
- Lopes, E. (2010). "A Constelação do Turismo na Economia Portuguesa", Lisboa, Ed. O SOL é Essencial S.A.
- Lousada, M. (2010). *Viajar – Viajantes e Turistas à Descoberta de Portugal no tempo da I República – Catálogo da Exposição*, Lisboa, Edição da COMISSÃO NACIONAL PARA AS COMEMORAÇÕES DO CENTENÁRIO DA REPÚBLICA.
- Lundgren, J. (1982). The Development of Tourist Accommodation in the Montreal Laurentians. *Recreational Land Use: Perspectives on its Evolution in Canada*, Carleton Library Series No. 126, G. Wall and J. Marsh, eds. pp. 175- 89. Ottawa: Carleton University.

- Magalhães, M. (2010). Fundamentos para a pesquisa em transporte: reflexões filosóficas e a contribuição da ontologia de Bunge. Tese de doutoramento em transportes. Departamento de Engenharia Civil e Ambiental. Universidade de Brasília, Brasília – DF.
- McIntosh, R. (1980). The need of scientific tourism planning and development. In: Congress de Raies I, 30 – Berne, 1985. Rapports. Beme, AIEST, 1980, p. 116.
- Nelson, R., Wall, G. (1986). *Transportation and accommodation: Changing interrelationships on Vancouver Island*, Annals of Tourism Research, Vol. 13, 239-260.
- OMT, Organização Mundial do Turismo. (2003). Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism.
- Page, S., Lumsdon L. (eds.) (2004). *Tourism and transport: Issues and agenda for the new millennium*, Elsevier, Boston.
- Papacostas, C., Prevedouros, P. (1993). Transportation engineering and Planning. Englewood Clifles: Prentice Hall.
- Pearce, D. (2003). Geografia do Turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph.
- Pérez, A., Nadal, J. (2005). Las percepciones de los residentes: un análisis cluster. *Annals of Tourism Research* em Español. 7(2), 255-273.
- Prideaux, B. (2000). The resort development spectrum, *Tourism Management*, 21(3), 225–241.
- Rajotte, F. (1972). The Quebec City Recreational Hinterland. Montreal: McGill University. Unpublished Ph.D. thesis.
- Ritchie, J., Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination. A sustainable tourism perspective*, U.K., CabiPublishing.
- Ross, Glenn F. (2002). Psicologia do Turismo. São Paulo: Contexto.
- Ruschmann, D. (2000). Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. São Paulo: Papirus.
- Smith, V. (1989). Anfitriones e invitados. Antropología del Turismo. Madrid: Endymion.
- Wheller, B. (1991). Is Progressive Tourism Appropriate? In: Conference: Tourism and Hospitality Management - Established disciplines or 10 years wonders? Guilford, University of Surrey.

LEGISLAÇÃO CONSULTADA

Diário da República, deliberação nº 1946/2014

https://dre.pt/home/-/dre/58585523/details/2/maximized?serie=II&jp=true&print_preview=print-preview&parte_filter=36&dreId=58577088

WEBGRAFIA:

Travel & tourism economic impact 2017 world, World Travel & Tourism Council, 2017, wtcc.org.

McKinsey Global Institute Cityscope data.

“Detourism: Travel Venice like a local,” Venezia Unica, accessed October 19, 2017, veneziaunica.it.

Samantha Shankman, “Barcelona overtourism: Airbnb and short-term rentals,” Skift, August 3, 2017, skift.com.

Janene Pieters, “Amsterdam bans new tourist shops from opening in city center,” NL Times, October 5, 2017, nltimes.nl.

Anexos - Tabelas

Tabela 5 - Nacionalidades. (adaptada)

	2016	2017	2018
Portugal	22	100	19
Espanha	100	220	150
França	138	200	196
Reino Unido	38	60	35
Alemanha	22	25	28
Brasil	46	140	27
EUA	18	25	20
Suíça	2	0	12
Bélgica	10	10	17
Itália	6	0	5
Polónia	2	0	4
Canadá	18	35	32
Argentina	4	0	0
Noruega	0	0	0
Outros	12	50	60

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 6- Género.

	2016	2017	2018
Masculino	211	448	259
Feminino	279	548	373

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 7- Idade

	2016	2017	2018
<18	20	9	6
19-30	93	165	95
31-45	93	295	158
45-65	210	408	297
>65	74	108	76

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 8- Motivação da visita

	2016	2017	2018
Património	137	488	158
Cultura	162	645	234
Naturalidade	44	150	44
Gastronomia	93	333	120
Visitantes	20	94	18
Amigos/Famílias			
Outros	34	23	58

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 9 - Como viaja

	2016	2017	2018
Sozinho	63	86	37
Família	353	787	525
Grupo	74	124	70

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 10- Duração da estadia

	2016	2017	2018
1 dia	181	242	120
2 a 3 dias	206	422	298
4 a 5 dias	64	279	215
>6 dias	39	37	Indefinido

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 11- Alojamento

	2016	2017	2018
Hotel	260	438	228
Turismo Espaço Rural	29	17	141 – Definido como “Outros”
Campismo	69	55	57
Alojamento Local	54	189	139
Apartamento Turístico	49	134	63
Amigo / Família	29	40	4

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 12- Meio de transporte

	2016	2017	2018
Automóvel	191	413	196
Moto	0	5	0
Autocaravana	49	65	70
Comboio	34	105	44
Avião	157	399	291
Outro	59	70	31

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 13- Informação no destino com consulta

	2016	2017	2018
Família / Amigos	113	83	Sem dados
Internet	201	168	
Jornais/Revistas	15	19	
Agências Viagens	25	6	
Guias Viagem	98	50	
Nenhuma	38	24	

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 14- Procura de informação no próprio destino

	2016	2017
Posto Turismo	279	213
Internet	113	81
Brochura/Folheto	64	34
Nenhuma	25	13
Outra	9	3

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 15- Aspetos positivos dos destinos em 2017

Hospitalidade	Património Arquitetura	Rio Douro	Clima	Paisagem	Gastronomia & Vinhos
479	554	416	278	428	469

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 16- Aspetos positivos dos destinos em 2017

Trânsito & Estacionamento	Sinalização	Património Degradado	Ruido	Higiene	Mendicidade
213	48	99	52	46	64

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 17- Despesa média diária gasta pelo turista, 2017

0€ - 49€	50€ - 100€	101€ - 150€	>150€
226	392	89	31

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 18- Locais escolhido para estadia, 2017

Gaia	Porto	Outra
179	475	94

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 19 - Aspetos positivos dos destinos em 2018

Hospitalidade	Património Arquitetura	Rio Douro	Clima	Paisagem	Gastronomia & Vinhos	Preços
101	133	114	50	95	101	38

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 20- Aspetos negativos dos destinos em 2018

Trânsito & Estacionamento	Sinalização	Património Degradado	Ruido	Limpeza
278	57	114	82	101

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 21- Comparação do tipo de turista nos três anos

	2016	2017	2018
Nacionalidade	França	Espanha	França
Género	Feminino	Feminino	Feminino
Idade	45-65 anos	45-65 anos	45-65 anos
Motivo	Cultura/ Património	Cultura/ Património	Cultura/ Património
Com quem viaja	Família	Família	Família
Duração	2-3 dias	2-3 dias	2-3 dias
Alojamento	Hotel	Hotel	Hotel
Transporte	Automóvel/ Avião	Automóvel/ Avião	Automóvel/ Avião
Aspetos positivos	Informação inexistente	Património e Arquitetura	Património e Arquitetura
Aspetos negativos	Informação inexistente	Trânsito/ Estacionamento	Trânsito/ Estacionamento

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

Tabela 22- Número total de turistas e variações percentuais de 2016-2017 e 2017- 2018

Meses	2016	2017	2018	Var.16-17(%)	Var.17-18(%)
Janeiro	917	1838	1892	100,44	2,99
Fevereiro	1311	2142	2538	63,39	18,5
Março	2148	3089	3642	43,81	17,9
Abril	3491	7767	4849	122,49	-37,6
Maio	3505	5853	6123	66,99	4,6
Junho	3322	4575	5372	37,72	17,4
Julho	5198	7595	7717	46,11	1,6
Agosto (*)	9186	8592	9663	-6,47	12,5
Setembro (*)	7091	5573	7904	-21,41	41,8
Outubro	4605	4988	4892	8,32	-1,9
Novembro	1775	2731	2297	53,86	-15,9
Dezembro	2622	2524	2394	-3,74	-5,2
Total	45171	57267	59283	26,78	3,52

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019

(*) – L.I.T. encerrada de 26 a 31 Agosto e de 1 a 5 Setembro 2017 devido ao evento Red Bull Air Race

Tabela 23- Mercados emissores

Mercados	2016	2017	2018	Var.16-17(%)	Var.16-17(%)
Portugal	4106	4859	4342	18,3	-10,6
Espanha	11340	14135	14405	24,6	1,9
França	13539	14354	14769	6,0	2,9
Reino Unido	3479	4954	5101	42,4	3,0
E.U.A.	1043	1933	2610	85,3	35,0
Itália	1406	2181	2117	55,1	-2,9
Brasil	2507	3147	3322	25,5	5,6
Holanda	1199	1433	1452	19,5	1,3
Alemanha	1996	2479	2967	24,2	19,7

Fonte: Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, 2019